

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
LIIKETALOUS, KUOPIO

**KOTI TULEVAISUUDESSA –  
Opiskelijoiden Vuokravälityksen  
asiakastyytyväisyystutkimus**

Kaisa Hynninen  
Satu Kuohukivi  
Tradenomin opinnäytetyö  
Liiketalous

Toukokuu 2010

<b>SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU</b> <b>LIIKETALOUS, KUOPIO</b> Koulutusohjelma, suuntautumisvaihtoehto (jos on) Liiketalouden koulutusohjelma		
Tekijä(t) Kaisa Hynninen ja Satu Kuohukivi		
Työn nimi Koti tulevaisuudessa – Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakastyytyväisyystutkimus		
Työn laji Opinnäytetyö	Päiväys 19.5.2010	Sivumäärä 97 + 18
Työn ohjaaja(t) Pentti Mäkelä ja Jari Lindén		Toimeksiantaja Opiskelijoiden Vuokravälitys
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä tutkitaan Kuopion Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakastyytyväisyyttä sekä asiakkaiden toiveita ja unelmia asumisessa. Tutkimuksessa tarkastellaan, millä tasolla Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakkaiden tyytyväisyys on ja kuinka Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakastyytyväisyyttä voitaisiin parantaa. Lisäksi tutkimuksen avulla pyritään saamaan selville, millaisia asioita asunnon valinnassa arvostetaan ja mitä tulevaisuuden asumiselta toivotaan.</p> <p>Tutkimuksessa on käytetty pääasiallisesti kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, mutta tutkimuksessa on myös osioita, jotka muistuttavat enemmän kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimus toteutettiin helmi-maaliskuun vaihteessa 2010 www-kyselynä siten, että yhteensä 900:lle Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakkaalle lähetettiin sähköpostitse linkki kyselyyn. Kyselyyn vastasi lopulta 128 Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakasta.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakkaat ovat tyytyväisiä Opiskelijoiden Vuokravälityksen toimintaan. Asiakkaat myös pitävät tutkimuksen perusteella erittäin tärkeänä henkilökunnan palvelutaitoja ja ammattitaitoisuutta, joten Opiskelijoiden Vuokravälityksen tulisi jatkossakin kiinnittää huomiota näiden osa-alueiden hallintaan. Tutkimustulokset osoittavat lisäksi, että sekä asiakaspalvelun että asumisen puolella tarpeiden huomiointi on erittäin tärkeää. Tutkimustulosten perusteella asumisessa merkittävimäksi trendiksi nousi yksilöllisten tarpeiden korostuminen. Asumisen tulevaisuudelta vastaajat toivovat kaupunkimaista pientaloasumista ja erityisesti omistusasuminen asunnon hallintamuotona korostui. Elämäntilanteen merkitys koettiin lisäksi yhtenä merkittävimpänä tekijänä asumiseen vaikuttavissa tekijöissä.</p> <p>Tutkimustulokset eivät ole yleistettävissä vastaamaan koko perusjoukkoa, mutta ne ovat kuitenkin suunta-antavia. Kehitettävää tutkimuksen perusteella löytyi esimerkiksi asiakas- ja asukastarpeiden huomioinnissa. Myös asiakaspalveluun tulisi kiinnittää jatkossakin huomiota, sillä tutkimustulosten perusteella asiakaspalvelu koetaan tärkeämmäksi kuin esimerkiksi asuntoon liittyvät tekijät. Tutkimustulosten perusteella toivottiin, että Opiskelijoiden Vuokravälitys kehittäisi esimerkiksi hakulomakettaan ja että välityspalkkioiden suuruuteen kiinnitettäisiin huomiota.</p>		
Asiasanat Asiakaskeskeinen organisaatio, asiakastyytyväisyys, asumisen tarpeet, asumisen tulevaisuus		
Huomioitavaa		

SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES UNIT OF BUSINESS AND ADMINISTRATION, KUOPIO Degree Programme, option Business and Administration		
Author(s) Kaisa Hynninen and Satu Kuohukivi		
Title of study Customer Satisfaction Survey of Opiskelijoiden Vuokravälitys		
Type of project	Date	Pages
Thesis	19.5.2010	97 + 18
Supervisor(s) of study		Executive organisation
Pentti Mäkelä and Jari Lindén		Opiskelijoiden Vuokravälitys
Abstract <p>The purpose of this research was to study customer satisfaction in Opiskelijoiden Vuokravälitys and also find out what customers want and hope for the daily living in the future. In this study we examine the current level of Opiskelijoiden Vuokravälitys's customer satisfaction and how Opiskelijoiden Vuokravälitys could improve it. The study also deals with aspects that are wanted for the daily living in the future and attempts to find out elements that are appreciated when choosing an apartment.</p> <p>The main method of this study is a quantitative survey but there are also parts where qualitative method is used. This survey was executed during February and March 2010. The study was conducted as an Internet Survey by sending it to 900 of Opiskelijoiden Vuokravälitys's customers. The link to this survey was sent by e-mail to the customers. A total of 128 answers were gathered.</p> <p>The results clearly indicate that customers are satisfied with Opiskelijoiden Vuokravälitys. Also according to this study, customers appreciate to personnel's service and professional skills. Accordingly Opiskelijoiden Vuokravälitys should pay attention to these parts of their business area. The study also shows that in both parts of this study, customer service and daily living, it is important to pay attention to customer needs. In this study the main trend of living was individual needs and how they were highlighted. For the daily living in the future the customers hoped for small apartments near the city and especially owning the apartment. According to this study the situation in life and the life style affect most daily living.</p> <p>No definite generalizations can be drawn on the basis of this study but still the results show some indicative trends. According to this study more attention should be paid to the customer needs (also as an inhabitant) as customers find customer service more important than for example factors that are directly related to the apartment. Customers also wished that Opiskelijoiden Vuokravälitys could improve their apartment application forms and revise the fee charged as their commission.</p>		
Keywords Customer-oriented organization, customer satisfaction, needs in daily living, living in the future		
Note		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	OPISKELIJOIDEN VUOKRAVÄLITYS JA VUOKRAVÄLITYSALA .....	9
2.1	Opiskelijoiden Vuokravälitys .....	9
2.2	Opiskelijoiden Vuokravälityksen kilpailijat .....	10
2.3	Toimialan esittely .....	11
3	ASIAKASPALVELU MENESTYSTEKIJÄNÄ .....	14
3.1	Palvelukulttuurin syntyminen .....	14
3.2	Termit asiakas ja asiakkuus .....	15
3.3	Asiakaspalvelu osana yritystoimintaa .....	16
3.4	Asiakaspalvelu ja sen merkitys .....	17
3.5	Asiakaspalvelun kehittäminen .....	19
4	ASIAKASKESKEINEN ORGANISAATIO .....	21
4.1	Asiakaskeskeisen organisaation toiminnan keskeiset periaatteet .....	21
4.2	Asiakaskeskeisen organisaation menestyminen .....	22
4.3	Yrityksen mainepääoma .....	23
4.4	Henkilöstön palvelutaidot .....	24
4.5	Asiakaspalvelu ja sen johtaminen .....	26
5	ASIAKKUUDENHALLINTA .....	28
5.1	Asiakkuudenhallinnan tavoite ja merkitys .....	28
5.2	Asiakkailta saatava tieto .....	29
5.2.1	Asiakastyytyväisyys ja sen merkitys .....	30
5.2.2	Asiakkailta saatavan tyytyväisyystiedon hyödyntäminen .....	31
5.3	Asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmä .....	32
5.3.1	Suoran palautteen järjestelmä .....	32
5.3.2	Asiakastyytyväisyystutkimukset .....	33
6	ASUMINEN .....	35
6.1	Asuminen kiinnostuksen kohteena .....	35
6.1.1	Yhteiskunta ja asuminen .....	35
6.1.2	Asumiseen liittyvät valinnat .....	36
6.2	Suomalaisen asuntokannan kaksijakoisuus .....	36
6.3	Erilaiset talotyytit .....	37
6.4	Asunnon hallintamuodon valinta .....	38
6.5	Asuntojen erilaiset hallintamuodot .....	39

6.5.1	Omistusasuminen.....	39
6.5.2	Vuokra-asuminen.....	40
6.6	Asuinympäristö .....	41
6.7	Nuoret ja asuminen .....	42
7	ASUMISEN TARPEET JA TULEVAISUUS .....	45
7.1	Asumisen tarvehierarkia .....	45
7.2	Yksilöllisyys ja asuminen tarpeet.....	46
7.3	Asumisen muuttuneet tarpeet.....	47
7.4	Asuminen – arjen uusi päänäyttämö .....	47
7.5	Asumisen toiveiden ja unelmien tutkiminen.....	48
7.6	Suomalaisten asumistoiveet .....	49
7.7	Asumisen trendien merkitys.....	50
7.8	Asumisen merkittävimmät trendit.....	50
8	TUTKIMUKSEN KUVAUS.....	53
8.1	Tutkimuksen tarkoitus.....	53
8.2	Tutkimusmenetelmät.....	53
8.3	Tutkimuksen kohderyhmä.....	54
8.4	Tutkimusaineiston kerääminen, otanta ja aikataulu .....	54
8.5	Www-kysely ja saatekirje .....	55
8.6	Aineiston työstäminen ja analysointi .....	56
8.7	Tutkimuksen luotettavuus .....	58
9	KYSELYN TULOKSIA.....	60
9.1	Vastaajien taustatiedot .....	60
9.2	OVV:n toiminta.....	64
9.3	Asiakaspalvelu ja OVV:n onnistuminen siinä .....	68
9.4	Asumiseen kohdistuvat valinnat ja toiveiden mukainen asuminen .....	72
10	YHTEENVETOA TULOKSISTA .....	83
11	POHDINTAA .....	86
	LÄHTEET .....	89
	LIITTEET.....	98

## 1 JOHDANTO

### Tutkimuksen taustaa

Suomalaisten kiinnostus asumista ja siihen panostamista kohtaan on lisääntynyt viime vuosina samalla, kun kiinnostus asumiseen tutkimuskohteena on kasvanut. Asuntomarkkinoiden kannalta tämä tarkoittaa lisääntynyttä tiedon tarvetta muun muassa asukkaiden tarpeista ja toiveista asumisessa. Asuntomarkkinoilta saatavan tiedon avulla yritykset voivat kehittää toimintaansa ja asiakaspalveluansa vastaamaan paremmin asiakkaidensa tarpeita ja toiveita.

Kuopiossa toimiva Opiskelijoiden Vuokravälitys (Pirent LVV Oy) haluaa olla mukana asumisen kehityskulussa ja saada lisätietoa asukkaiden ja/tai asiakkaiden tarpeista, toiveista ja unelmista. Tästä syystä Opiskelijoiden Vuokravälitys halusi, että Savonia-ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden opiskelijat tutkisivat opinnäytetyönään asumisen toiveita ja unelmia. Asiakkaidensa toiveiden ja unelmien selvittämisen yhteydessä Opiskelijoiden Vuokravälitys halusi saada lisätietoa asiakkaidensa tyytyväisyydestä sekä toimintansa onnistumisesta. Kuopion Opiskelijoiden Vuokravälitys oli mitannut aikaisemmin asiakastyytyväisyyttä asiakastyytyväisyyskyselyiden avulla, mutta tulosten analysointiin ei ollut perehdytty niin paljon, kuin Opiskelijoiden Vuokravälitys olisi halunnut. Opiskelijoiden Vuokravälityksen toivomuksena olikin, että tästä syystä opinnäytetyössä keskityttäisiin myös asiakaspalvelun analysointiin.

Opintojen edetessä meille oli vahvistunut käsitys siitä, että halusimme toteuttaa opinnäytetyömme jollekin toimeksiantajalle. Lisäksi asumisen muutos ja tulevaisuus olivat kiinnostaneet meitä molempia asiakaspalveluun liittyvien seikkojen ohella. Siksi olikin mielenkiintoista kuulla Opiskelijoiden Vuokravälityksen tarjoamasta opinnäytetyön aiheesta, joka mahdollisti opiskeluiden sekä meitä kiinnostavien aihealueiden yhdistämisen.

### Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksemme rakenteesta ja toimeksiantajamme Opiskelijoiden Vuokravälityksen toivomuksesta johtuen myös tutkimuksemme pääasiallinen tavoite jakautuu kahteen osaan. Asiakkuuksiin liittyvän kokonaisuuden tavoitteena on selvittää:

- Mitkä tekijät vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen?

- Millainen on Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakkaiden tämän hetkinen tyytyväisyystaso?
- Miten asiakaspalvelua ja siihen liittyviä tekijöitä voitaisiin jatkossa kehittää?

Asumiseen liittyvän kokonaisuuden tavoitteena on puolestaan selvittää:

- Mitä erityisesti nuoret asumiseltaan toivovat?
- Millaisia asioita pidetään asunnon valinnassa tärkeinä?

Tutkimuksen tavoitteena on antaa toimeksiantajallemme Opiskelijoiden Vuokravälitykselle hyödyllistä tietoa asiakkaista sekä heidän toiveistaan ja tarpeistaan kilpailuedun saavuttamiseksi. Lisäksi tutkimuksen tavoitteena on, että pääsemme itse toteuttamaan omaa ammatillista osaamistamme ja voimme omalla osaamisella tarjota toimeksiantajallemme Opiskelijoiden Vuokravälitykselle asioita, joita se voi hyödyntää liiketoiminnassaan. Uskomme myös, että tämän tutkimuksen tekemisestä on meille itsellemme tulevaisuudessa hyötyä.

#### Aikaisemmat tutkimukset

Toimeksiantajamme toimialasta johtuen käymme tässä kohdassa lyhyesti läpi asumiseen liittyviä aikaisempia tutkimuksia Suomessa. Lisäksi, koska asiakaspalvelua on tutkittu hyvin paljon, olennaisempaa on asumiseen liittyviin tutkimuksiin keskittyminen.

Muutamana esimerkkinä asumisen tutkimuksista voi mainita esimerkiksi Anneli Juntton *Suomalaisten asumistoiveet ja mahdollisuudet* -tutkimuksen (2007), Anna Strandellin *Asukasbarometri 2004* -tutkimuksen suomalaisten asuinympäristöön liittyvistä kokemuksista, Mervi Ilmosen, Jukka Hirvosen ja Rikhard Mannisen *Nuorten asuminen 2005* -tutkimuksen sekä *Hyvä asuminen 2010* -hankkeen ja useat *ympäristöministeriön julkaisut* aiheesta. Tutkimuksemme kannalta merkittävimpinä lähteinä ovat olleet asumisen professori Anneli Juntton tutkimukset.

Asumisen tutkimuksissa on korostunut asukaslähtöinen tutkimusote ja tulevaisuuden asumiseen on kiinnitetty selkeästi huomiota. Myös asukkaiden toiveiden ja mielipiteiden selvittämiseen on keskitytty tutkimuksissa. Kasvanut kiinnostus asumiseen liittyvistä toiveista ja mielipiteistä kertoo asukkaan ja asiakkaan vahventuneesta roolista

asuntomarkkinoilla ja asuntorakentamisessa sekä yksilöllistymisestä ja subjektiivisen elementin saamasta suuremmasta merkityksestä asumisessa (Juntto 2007).

### Tutkimuksen rakenne

Tutkimuksemme jakaantuu teoriaosuuteen ja empiiriseen osuuteen. Teoriaosuus jakaantuu lisäksi kahteen osioon, joista ensimmäisessä käsittelemme *asiakkuuksia* ja toisessa *asumisen kokonaisuutta*. Teoriaosuuden kahtiajako näkyy tutkimuksemme kaikissa vaiheissa, sillä esimerkiksi kyselylomakkeessa ja analysoinneissa on otettu tämä kahtiajako huomioon. Ennen varsinaista teoriaosuutta kuitenkin kerromme hie-  
man enemmän vuokravälitysalasta sekä toimeksiantajastamme Opiskelijoiden Vuokravälityksestä.

Asiakkuuksia koskeva teoriaosuus käsittelee *yritysten palvelukulttuuria, asiakaspalvelua menestystekijänä, asiakaskeskeistä organisaatiota ja asiakkuudenhallintaa*. Asumista koskevassa teoriaosuudessa päähuomiomme on nuorissa, sillä Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakkaista suurin osa on opiskelijoita. Asumisen teoriaosuus käsittelee *asumista yleensä, nuoria ja asumista sekä asumisen tarpeita ja tulevaisuutta*.

Tutkimuksen empiirisessä osiossa käymme läpi tutkimuksen kulkua sekä kyselyn tuloksia. Tutkimuksemme lopuksi esittelemme vielä keskeisempiä johtopäätöksiä ja kehitysideoita Opiskelijoiden Vuokravälitykselle.



## 2 OPISKELIJOIDEN VUOKRAVÄLITYS JA VUOKRAVÄLITYSALA

### 2.1 Opiskelijoiden Vuokravälitys

Opiskelijoiden Vuokravälitys on franchising periaatteella toimiva yksityinen ketjuyritys, joka tarjoaa valmiin toimintakonseptin yrittäjille eri puolella Suomea (Yrittäjät 2010). Vuonna 1994 perustettu Opiskelijoiden Vuokravälitys, tai tunnetummin OVV, on valtakunnallinen ja toimii 11 paikkakunnalla: Helsingissä, Joensuussa, Jyväskylässä, Kuopiossa, Lahdessa, Oulussa, Pieksämäellä, Porissa, Raumalla, Tampereella ja Turussa.

Kuopiossa OVV:n markkinointinimen alla toimii Pirjo Reinikaisen vuonna 1999 perustama Pirent LVV Oy. Pirent LVV Oy työllistää Kuopiossa yrittäjän itsensä lisäksi kuusi muuta työntekijää, joista kaksi on vakituisia ja loput osa-aikaisia työntekijöitä. Pirent LVV Oy:llä on LVV-pätevyys (ks. kappale 2.2). (Vuokrakas 2010) Myöhemmin opinnäytetyössämme käytämme Pirent LVV Oy:stä nimeä (Kuopion) OVV.

Kuopion OVV:n asiakkaat jakautuvat kahteen kohderyhmään: vuokranantajiin ja vuokra-asunnon hakijoihin. Yhtiö välittää yksityisiä vuokra-asuntoja ensisijaisesti opiskelijoille, joita on asiakaskunnasta noin kolme neljäsosaa. OVV:n asiakaskuntaan kuuluu kuitenkin myös työssäkäyviä. Kuopion OVV välittää noin 800 asuntoa vuosittain Kuopiosta, Siilinjärveltä ja näiden lähialueilta. (Kuopion OVV:n perehdytysopas 2010.)

Kuten muillakin vuokravälitysliikkeillä, myös Kuopion OVV:llä, vuokra-asuntojen välitys perustuu toimeksiantosopimukseen ja maksettaviin välityspalkkioihin. Kuopion OVV:n liikevaihto on ollut noin 200 000 euroa viime vuosina. Vuokravälityksen lisäksi OVV tarjoaa Kuopiossa neuvontaa sijoitusasuntojen hankintaan ja hallintaan, remontointiin sekä vuokrasuhteen ongelmakohtiin. Yhtiö tarjoaa myös vuokra-arvioita ja niin sanottua vuokrasuhteen kokonaispalvelua eli OVV toimii yhteyshenkilönä vuokralaisten ja vuokranantajien välillä koko vuokrasuhteen ajan. Lisäksi yhtiöllä on yhteistyökumppaneita, joiden kautta OVV:n asiakas voi saada edullisempia palveluja esimerkiksi Tapiolasta tai Fortumilta. (Kuopion OVV:n perehdytysopas 2010.)

OVV haluaa erottua erityisesti palvelulla kilpailijoistaan (kilpailijoita käsittelemme lyhyesti alla olevassa kappaleessa). Yhtiö haluaa tuntea asiakaskuntansa ja tuottaa sitä kautta asiakkaillensa arvoa. Suurin osa asiakkaista on nuoria, joten monille asunnon vuokraaminen on vielä hyvin uusi asia, eivätkä nuoret välttämättä itse tiedä, millaista palvelua he tarvitsevat. Kuopion OVV haluaakin erottautua ammattitaidollaan ja nuorten elämänalueiden tuntemuksella. Tällainen erityisosaaminen on yksi erilaistamisen keino muihin alalla toimijoihin nähden. Erilaistamiseen kuuluu myös se, että Kuopiossa OVV pyrkii näkymään nuorten elämässä. Yhtiö kohdentaakin mainontaansa erityisesti opiskelijoihin ja mainostaa esimerkiksi ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen ilmoitustauluilla sekä kalentereissa.. Lisäksi Kuopion OVV avasi vuonna 2009 Vuokrakas.com Internet-sivut, joilla se tarjoaa asumisen vinkkejä erityisesti nuorille, mutta myös muille asuntoon liittyvistä asioista kiinnostuneille. Sivuilta löytyy muun muassa asuntosijoittajan palsta, tietoa hyvästä vuokratavasta, blogeja ja muuta asumiseen liittyvää materiaalia. (Vuokrakas 2010.)

## 2.2 Opiskelijoiden Vuokravälityksen kilpailijat

Yrityselämään kuuluu olennaisesti *kilpailu*, joka vauhdittaa markkinoiden liikkumista. Kilpailu pakottaa yrityksen pysymään jatkuvasti suorituskykyisenä ja ajan tasalla valitsevista markkinoista (Anttila & Iltanen 2001, 81). Ilman kilpailua markkinat pysyisivät tasaisina eikä markkinoille välttämättä tulisi esimerkiksi uusia tuotteita ja palveluja. Kilpailun puuttuessa myöskään laatu ei kehittyisi yhtä nopeasti ja hinnat eivät todennäköisesti vaihtelisi kysynnän ja tarjonnan mukaan. Kilpailu onkin tärkeä elementti, sillä se luo tervettä tasapainoa kysynnän ja tarjonnan välille (Anttila & Iltanen 2001, 81). Kilpailu pakottaa yrityksiä lisäksi uudistumaan ja kehittämään palvelujaan sekä tuotteitaan, jotta yrityksen menestyminen olisi turvattua tulevaisuudessa.

Yritystä itseään eniten muistuttava organisaatio, jolla on sama kohderyhmä ja strategia, nähdään yleensä yrityksen lähimpänä kilpailijana. Yrityksen menestymisen kannalta on ensiarvoisen tärkeää tarkkailla kilpailijoita ja heidän liiketoimintaansa. Tuntemalla kilpailijoidensa toiminnan yritys pystyy yleensä parantamaan omaa toimintaansa. Kilpailijoiden toiminnan tunteminen ja ymmärtäminen on tärkeää, jotta yritys voi myös taistella markkinoista heidän kanssaan. Yrityksen kannattaisikin tehdä lähimmistä kilpailijoistaan kilpailija-analyysit, joita se voi sitten verrata omaan toimintaansa. (Kotler 1997, 233–235.)

OVV:n kilpailijoita Kuopiossa ovat yksityiseltä puolelta *Savon Asuntotoimi Oy LKV*, *Vuokrakonsultti Helmi Kokkonen*, *Realia Asuntovuokraus* sekä muut kiinteistövälittäjät. Julkiselta puolelta OVV:n kilpailijoina voidaan pitää *Kuopion opiskelija-asunnot Oy:tä (Kuopas)*, ja *Niiralan Kulma Oy:tä*. Käsitlemme tässä kappaleessa tarkemmin Kuopion opiskelija-asunnot Oy:tä ja Niiralan Kulma Oy:tä, sillä niillä on lähes sama kohderyhmä (nuoret ja opiskelijat), kuin toimeksiantajallamme OVV:llä, joten ne voidaan nähdä eniten OVV:tä muistuttavina organisaationa.

Kuopas on kaupungin omistuksessa oleva opiskelija-asuntoja välittävä yritys, jonka toimenkuvaan kuuluu muun muassa opiskelija-asuntojen rakennus, välitys ja kunnostus. Kuopas on perustettu vuonna 1975, ja vuonna 2003 sen kiinteistöjen arvo oli jo lähes 50 miljoonaa euroa. Välitettäviä kohteita Kuopakselta löytyy ympäri Kuopiota yhteensä noin 1700, ja sen asunnoissa asuu yhteensä noin 3500 opiskelijaa. Kuopaksen asiakasryhmä muodostuu yliopisto-, ammattikorkeakoulu sekä muiden oppilaitosten opiskelijoista. (Kuopas 2010; Kuopion yliopistolehti 2003.) Myös Niiralan Kulma Oy on Kuopion kaupungin omistuksessa. Niiralan Kulma on perustettu vuonna 1949, ja nykyään sillä on noin 6000 asuntoa ympäri Kuopiota. Niiralan kulman asunnoissa asuu yhteensä noin 10 000 kuopiolaista. Niiralan Kulmalla on tarjolla asuntoja aina kerrostaloista omakotitaloihin. (Niiralankulma 2010) OVV:n kilpailijoina voidaan nähdä myös ne yksityiset vuokranantajat, jotka hoitavat asuntonsa vuokraamisen ilman välittäjän apua.

### 2.3 Toimialan esittely

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry:n tiedotteen (2008a) mukaan Suomessa on vuokravälitysalalla vajaat 60 toimijaa. Vuokravälitysalalla on niin pieniä yksityisiä toimijoita, kuin myös isoja valtakunnallisia toimijoita. Valtakunnallisia toimijoita ovat muun muassa Sato ja VVO-yhtymä. Muita vuokra-asunnon tarjoajia ovat vakuutusyhtiöt sekä pankit (Vuokra-asunnot-opas).

Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä määrittelee, että vuokrahuoneiston välitys on palvelu, jolla pyritään saamaan vuokranantaja ja vuokralainen kohtaamaan toisensa huoneenvuokrasopimuksen aikaansaamiseksi (L1075/2000). Välitysmarkkinoita säätelevät *hyvä vuokravälitystapa*, *hyvä vuokrata-*

*pa, laki kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä* sekä edellä mainittu *laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä*. Lisäksi Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry (KVKL) antaa ohjeistuksia alalle ja pyrkii edistämään alan ammattimaisuutta, turvallisuutta ja luotettavuutta. Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry myös panostaa siihen, että toimiala yhtenäistyisi maailmanlaajuisesti ja, että toimialalla on toimivat pelisäännöt niin kuluttajien kuin välittäjienkin etujen turvaamiseksi.

Kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä annetun lain (L1074/2000) mukaan välitystoiminta perustuu toimeksiantosopimukseen ja sopimuksessa sovittuun välityspalkkioon, johon välitysliikkeellä on yleensä oikeus vasta, kun vuokrasuhde tai muu velvoite on syntynyt. Lain mukaan välitysliikkeen on ryhdyttävä suorittamaan tehtävänsä viivytyksettä toimeksiantosopimuksen allekirjoittamisen jälkeen ja suoritettava tehtävänsä ammattitaitoisesti, huolellisesti ja hyvää välitystapaa noudattaen. Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä määrittelee lisäksi, että vuokrahuoneiston välittäjän tai asunnonvälittäjän nimikettä tai lyhennystä LVV saa käyttää vain kiinteistönvälittäjäkokeen tai vuokrahuoneiston välittäjäkokeen suorittanut henkilö. Lain mukaan vuokravälitysliike saa käyttää tätä lyhennettä myös toiminnassaan tai toiminimessään. (L1075/2000.)

### *Hyvä vuokravälitystapa*

Kiinteistöalan keskusliitto ry on laatinut ohjeet *hyvästä vuokravälitystavasta* luomaan yhtenäiset toimintatavat kaikille vuokrahuoneiston välitysliikkeille vuokravälitysmarkkinoilla sekä edistämään välitystoiminnan ammattimaisuutta ja turvallisuutta. Hyvä vuokravälitystapa on laadittu tukemaan lakia kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä, sillä laissa mainittu hyvän vuokravälityksen edellytys, ei suoranaisesti kerro mitä tällä edellytyksellä käytännössä tarkoitetaan. Hyvä vuokravälitystapa nähdään joustavana normina, johon vaikuttavat muun muassa tuomioistuinten päätökset ja vuokravälitysalan vakiintuneet käytännöt ja menettelytavat. (Kiinteistönvälitysalan keskusliitto ry 2008b.)

Hyvän vuokravälitystavan mukaan vuokravälitystoimintaa tulee harjoittaa niin, että sekä vuokranantajan että vuokralaisen edut otetaan huomioon ja osapuolia kohdellaan tasapuolisesti. Vuokravälitysliikkeen toimintaa ohjaa se, onko toimeksiantajana vuokralainen vai vuokranantaja. Ohjeessa hyvästä vuokravälitystavasta käydään läpi vuokrasuhteen eri vaiheita ja niihin liittyviä toimenpiteitä. Ohjeessa on kohtia muun muas-

sa toimeksiantosopimuksen laatimisesta, vuokrasuhteen muotoseikkojen huolehtimisesta, asunnon vuokraukseen liittyvästä markkinoinnista, asunnon esittelyyn liittyvistä seikoista sekä välityspalkkion maksamisesta. (Kiinteistövälitysalan keskusliitto ry 2008b.)

### Hyvä vuokratapa

Hyvä vuokratapa ohjaa avoimuuteen vuokrasuhteeseen liittyvissä tavoitteissa ja seikoissa. Hyvä vuokratapa korostaa ennen kaikkea vuorovaikutusta vuokrasopimussuhteen aikana. Hyvä vuokratapa tarjoaa apua erilaisiin vuokrasuhteeseen liittyviin tilanteisiin. Se antaa tietoa esimerkiksi muuttopäivään, remontointiin ja loppusiivoukseen liittyvissä asioissa. Hyvän vuokratavan ansiosta sekä vuokralainen että vuokranantaja ovat tietoisia vuokrasuhteeseen liittyvistä asioista ja osaavat toimia tilanteissa reilujen menettelytapojen mukaisesti. Vuokrasuhde perustuukin pitkälti luottamukseen sopijapuolten välillä. (Vuokralaisten keskusliitto 2008.)

Hyvän vuokratavan tarkoituksena on taata onnistunut vuokrasuhde niin vuokralaisen kuin myös vuokranantajan kannalta ja estää erilaisten ongelmatilanteiden syntyminen. Lisäksi hyvä vuokratapa ohjaa ongelmattoman ja toimivan vuokrasuhteen syntymistä, sujuvan vuokrasuhteen hoitamista sekä lopulta vuokrasuhteen oikeanlaista päättämisestä. Hyvän vuokratavan ovat laatineet yhteistyössä Suomen Kiinteistöliitto ry, Suomen Vuokranantajat SVA ry, Vuokralaisten Keskusliitto ry ja Asunto-, toimitila- ja rakennuttajaliitto RAKLI ry. (Linnainmaa & Palo 2007, 198–199.)

### 3 ASIAKASPALVELU MENESTYSTEKIJÄNÄ

#### 3.1 Palvelukulttuurin syntyminen

Voidaksemme tarkastella *palvelukulttuuria* nykyisellään, meidän on ensin ymmärrettävä menneisyyden vaikutus nykyisyyteen, sillä palvelukulttuuri ei ole aina ollut olemassa sellaisena kuin sen nykyisin näemme. Nykyinen suomalainen palvelukulttuuri on muotoutunut vähitellen 1950-luvun tuotanto- ja tuotekeskeisestä ajattelusta entistä asiakaskeskeisemmäksi. Muutoksen seurauksena on syntynyt 2000-luvun *asiakaskeskeinen ajattelumalli*, jossa pyritään asiakkaan kanssa yhteistyössä luomaan arvontuottamisketju, josta molemmat – sekä yritys että asiakas – hyötyvät (Bergström & Leppänen 2009). Uuden ajan asiakaspalvelun henkinen perusta rakentuu juuri yrityksen ja asiakkaan kumppanuussuhteesta, jossa *asiakaslähtöisyys* korostuu. On selvää, että edellä kuvattu muutos ja kehittyminen ovat vaikuttaneet sekä yrityksiin että niiden asiakkaisiin. Organisaatioissa muutos on vaikuttanut arvoihin sekä toimintatapoihin ja saanut yritykset kiinnittämään entistä enemmän huomiota asiakaslähtöiseen toimintaan. Muutos on kuitenkin vaikuttanut myös asiakkaisiin, sillä asiakkaiden vaatimukset ovat samanaikaisesti fokusoituneet: asiakkaat haluavat juuri sitä, mistä heille on todella arvoa<sup>1</sup>. Yritysten kannalta nämä muutokset tarkoittavat, ettei nykyisillä kilpailumarkkinoilla voi menestyä, ellei ymmärretä palvelukulttuurin muotoutumista nykyiseen ja osata sopeutua siihen.

Markkinoilla selviytymisen edellytykset ovat juuri asiakasvaatimusten tuntemisessa ja asiakaskeskeisessä toiminnassa, sillä pelkästään tuote tai hinta kilpailukeinona ei enää riitä nykyiselle vaativalle ja kiireiselle asiakkaalle. Tämä johtaa ajatukseen palvelukulttuurin syntymisestä, sillä palvelukulttuuria ei ole olemassa ilman asiakaskeskeyttä. Vasta asiakaslähtöinen toiminta synnyttää palvelukulttuurin yrityksissä. Palvelukulttuuri on enemmän kuin pelkästään asiakaslähtöinen toimintatapa, sillä palvelukulttuuriin sisältyvät ja vaikuttavat myös pitkälti yrityksen arvot eli ne asiat, joita yritys toiminnassaan korostaa. (Aarnikoivu 2005.) Seuraavassa kappaleessa käsittelemme lyhyesti yrityksen arvoja, jonka jälkeen siirrymme käsittelemään ensin asiakaspalvelua ja sen jälkeen asiakaskeskeistä organisaatiota ja sen toimintaa.

---

<sup>1</sup> Arvon tuottaminen tarkoittaa, että yritys tarjoaa asiakkaalle jotain sellaista, josta asiakas kokee saavansa arvoa eli hyötyä enemmän kuin joutuu uhraamaan panoksia, kuten aikaa tai rahaa (Bergström & Leppänen 2009).

### Yrityksen arvot

Niin yksittäisillä henkilöillä kuin yrityksilläkin on erilaisia *arvoja*, joita pidetään tärkeinä ja, jotka ohjaavat toimintaa. Toisaalta arvot ja päämäärä myös rinnastetaan usein toisiinsa, joten arvot tarkoittavat myös tahtotilaa (Aaltonen & Junkkari 2003, 60). Yrityksillä arvot ohjaavat toimintamalleja ja tapoja, joita yrityksissä käytetään. Arvot kirjoitetaan yrityksissä tyypillisesti ylös, ja niistä tiedotetaan yrityksen sisä- ja ulkopuolella. Kun arvot on kirjattu ylös, ne tulee käydä läpi ja varmistaa, että esimerkiksi henkilöstö on ymmärtänyt yrityksen arvot oikein ja sisäistää ne osaksi omaa toimintaansa yhteisössä. Arvot menettävät merkityksensä, jos ne eivät toteudu yrityksen jatkapäiväisessä toiminnassa. Esimerkiksi asiakaslähtöisyyden kirjaaminen yrityksen arvoksi on hyvä lähtökohta. Olennaista kuitenkin on, kuinka asiakaslähtöisyys muotoutuu asiakaskeskeiseksi toiminnaksi organisaatiossa ja vasta sen jälkeen yrityksen todelliseksi arvoksi (Aarnikoivu 2005).

Joskus arvot kuitenkin jäävät vain seinätaulun tasolle: ne eivät saavuta sen enempää yrityksen henkilöstöä kuin ulkopuolisia sidosryhmiäkään. Arvojen merkityksen kannalta olisi kuitenkin olennaista, että ensin koko henkilöstö omaksuisi tärkeinä pidettävät toimintatavat ja ajattelumallit ja toimisi sen jälkeen arvojen mukaisesti. Näin arvot välittyisivät myös asiakkaalle ja muille sidosryhmille.

### 3.2 Termit asiakas ja asiakkuus

Asiakaspalvelun hahmottamisen kannalta on tärkeää ymmärtää termit *asiakkuus* ja *asiakas*, ja miten nämä kaksi termiä eroavat toisistaan. Asiakas on kaiken liiketoiminnan lähtökohta ja menestyksen avaintekijä, sillä ilman asiakkaita ei voi olla myöskään liiketoimintaa. Asiakkaan tyytyväisyys on yritykselle tärkeää. Asiakas on henkilö, joka tuo yritykseen rahaa sekä ostaa tuotteita ja palveluja. Asiakkuus taas on laajemmin käsitettävä asia. Asiakkuus etenee prosessimaisesti ja luo asiakaskohtaamisten jatkumon. Asiakkuus tarkoittaakin hyvää asiakassuhdetta. Asiakassuhteen hoitaminen on asiakkuuden rakentamista, kehittämistä ja ylläpitoa (Aarnikoivu 2005, 23).

Koska juuri asiakkaat tuovat rahavirrat yritykseen, on asiakaspalveluun panostaminen tärkeää jo ihan kannattavuudenkin takia. Tyytyväiset asiakkaat pysyvät yleensä asiakaina luoden myyntituottoja, jolloin myös kannattavuus paranee ja sitä myöten myös

yrittäjien kasvumahdollisuudet lisääntyvät (Ylikoski 1999). Asiakaspalveluun panostaminen siis todella kannattaa.

Nykypäivän informaatioyhteiskunnassa asiakkaan rooli on muodostunut entistä vaativammaksi, kriittisemmäksi ja uskottomammaksi (Aarnikoivu 2005). Asiakkaat odottavat hyvää palvelua ja tietynlaista ylivertaista palvelukokemusta, mutta samalla myös alhaista hintaa. Yrityksen tulee asettua asiakkaan asemaan, jotta se voisi palvella asiakasta parhaalla mahdollisella tavalla. Yrityksen on siis katsottava asioita asiakkaan silmin. Yrityksen tulee myös ymmärtää, että hyvä palvelu tarkoittaa eri ihmisille eri asioita. Asiakkaiden ymmärtämisen kannalta on tärkeää tietää, että asiakkaiden käyttäytymisen taustalla vaikuttavat psykologiset, sosiaaliset, kulttuurilliset ja yksilölliset tekijät (Aarnikoivu 2005, 75). Yrityksen tulee selvittää mitä asiakas arvostaa ja toivoo palvelulta. (Ylikoski 1999.) OVV:n palveluja käyttävä vuokralainen on esimerkiksi yleensä etsimässä itselleen kotia, turvaa ja luotettavuutta. Asiakkaan tarpeet tulee tiedostaa ja ymmärtää se, että asiakkaan tavoitteet ovat jonkin tarpeen tyydyttämistä ja asiakasta tulee palvella näiden tarpeiden mukaisesti. Asiakkaan ostokäyttäytymisen ymmärtäminen on myös yksi asiakaskeskeisyyden perusedellytys (Ylikoski 1999, 76).

Asiakaspalvelu ei voi olla tasaisen staattista vaan sen täytyy pystyä mukautumaan erilaisiin tilanteisiin erilaisten asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden mukaan. Palveluja tulee räätälöidä ja segmentoida eri ryhmien tarpeisiin soveltuviksi. Segmentoinnilla tarkoitetaan asiakaskunnan jakamista pienempiin, tarpeiltaan yhtenäisiin ryhmiin, joille tarjotaan tarkasti räätälöityä palvelua. Segmentoinnin avulla voidaan parantaa esimerkiksi yrityksen kilpailukykyä. (Ylikoski 1999, 46,56.)

### 3.3 Asiakaspalvelu osana yritystoimintaa

*Palvelusektori* on merkittävässä asemassa Suomessa, sillä se muodostaa suurimman osan Suomen kansantaloudesta ja on lisäksi suurin työllistäjä (Aarnikoivu 2005, 17). Suomi mielletään kuitenkin hyvin pitkälti itsepalvelukulttuurimaana moneen muuhun maahan verrattuna. Itsepalvelukulttuuri tulee Suomessa tulevaisuudessa lisääntymään varmasti yhä enemmän. Tätä ei pitäisi nähdä uhkana vaan eräänlaisena mahdollisuutena, sillä itsepalvelukin on asiakaspalvelua, mikäli asiakas itse valitsee itsepalvelun. (Aarnikoivu 2005, 17.) Varsinkin Suomessa sana *palvelu* mielletään usein negatiivisävytteisesti, sillä palveleminen ajatellaan tietynlaisena alamaisuutena. Asiakaspalve-



lun ilmeen kohottamiseksi on alettu käyttää asiakaspalvelijan sijasta myös esimerkiksi termejä palveluneuvoja ja asiakasneuvoja, jotta palvelemiseen liittyvä negatiivisuus saataisiin poistettua. (Aarnikoivu 2005, 16.)

### 3.4 Asiakaspalvelu ja sen merkitys

”Palvelut ovat tapahtumia, toimintoja, tekoja tai näiden sarjoja, palveluprosesseja” (Ylikoski 1999, 24). Asiakaspalvelu edellyttää palveluprosessin hallintaa aina asiakaskohtaamisesta asiakaspalvelutilanteen loppuun saakka. Asiakaspalvelu on rajapinta, jossa asiakas ja yrityksen asiakaspalveluhenkilö kohtaavat. Asiakaspalvelutilanteeseen liittyykin yleensä vuorovaikutusta näiden kahden tahon välillä<sup>2</sup>. (Aarnikoivu 2005; Ylikoski 1999.) Onnistuneen asiakaspalvelutilanteen avulla on mahdollista luoda asiakkaalle positiivinen muistijälki yrityksestä ja luoda näin asiakkuus yrityksen ja asiakkaan välille (Ylikoski 1999). Onnistuneella asiakaspalvelulla voidaan myös ylittää asiakkaan odotukset, pitää nykyiset asiakkaat tyytyväisinä ja houkutella uusia asiakkaita.

Palvelu tehdään asiakkaita varten ja räätälöidään asiakkaiden tarpeiden mukaan asiakkaalle joustavaksi ja vaivattomaksi (Rissanen 2005). Onnistuneella asiakaspalvelulla on mahdollista saavuttaa jäljittelemätöntä ja ainutlaatuista kilpailuetua, luoda asiakkaalle lisäarvoa, lujittaa asiakassuhdetta, erottautua kilpailijoista ja kasvattaa mainepääomaa (Rissanen 2005).

Yrityksessä on oltava yksityiskohtainen määritelmä siitä, mitä hyvä palvelu juuri kyseisessä yrityksessä tarkoittaa. Palvelu tulee määritellä sekä yrityksen että asiakkaan näkökulmasta. Tämän jälkeen yrityksessä tulee johdonmukaisesti toimia tämän määritelmän mukaisesti. (Bell & Zemke 2006.)

Asiakaspalvelun merkitys on muodostumassa yhä tärkeämmäksi kilpailutekijäksi yrityksissä, sillä asiakaspalvelu tarjoaa mahdollisuuden erottautua kilpailijoista. Palvelut ovatkin se asia, joilla kilpaillaan, sillä markkinoilla olevat tuotteet ovat nykyään niin samankaltaisia keskenään, ettei ainoastaan tuotteilla pystytä erilaistamaan omaa yritystoimintaa. Jotta kilpailukyky voidaan saavuttaa, on yritysten kiinnitettävä erityistä

---

<sup>2</sup> Tosin asiakaspalveluhenkilön sijaan asiakas saattaa olla vuorovaikutuksessa myös esimerkiksi jonkin koneen, kuten pankkiautomaatin kanssa.

huomiota asiakastiedon hallintaan ja soveltamiseen käytännön asiakaspalvelussa (ks. kappale 5).

Asiakaspalvelun tärkeästä asemasta huolimatta, monessa yrityksissä asiakaspalvelu on edelleen vain yksi tukitoiminnoista, eikä sen merkitystä kilpailun kannalta ole ymmärretty. Muun muassa Aarnikoivu (2002, 17) esittää tunnetun 4P-mallin muutosta niin, että asiakaspalvelu ei olisi enää vain menekinedistämisen yksi osa-alue, vaan aito oma kilpailutekijä. Muutos yritysten toiminnassa voisi parantaa asiakaspalvelun asemaa sekä tasoa Suomessa.

### Jälkimarkkinointi osana palveluprosessia

Jälkimarkkinointi on keskeinen osa asiakkuuden hoitamista ja myös palveluprosessin hallintaa (Rissanen 2005). Jälkimarkkinoinnilla varmistetaan asiakkaan tyytyväisyys yrityksen toimintaan, tuotteisiin ja palveluihin ja huolehditaan asiakassuhteesta näin myös palvelutilanteen jälkeen. Jälkimarkkinoinnin avulla yritys voi vahvistaa asiakkaan positiivista muistijälkeä yrityksestä sekä kasvattaa omaa asemaansa asiakkaan silmissä. Kun yritys huolehtii jälkimarkkinoinnista, asiakas saa kuvan, että hänestä ja hänen tarpeistaan pidetään huolta. Jälkimarkkinointi tulee suunnitella tarkasti, jotta siitä saataisiin asiakkaiden tarpeita vastaava kokonaisuus. Huolellinen suunnittelu on tärkeää myös sen vuoksi, ettei jälkimarkkinointi loukkaa asiakasta.

Jälkimarkkinointiin kuuluu muun muassa ongelmatilanteiden hoitaminen. Asiakkaat arvostavat sitä, että he voivat kääntyä yrityksen puoleen, mikäli jotain kysyttävää tai ongelmia ilmenee. Jälkimarkkinoinnista huolehtimalla yritys näyttää asiakkaan silmissä turvalliselta kumppanilta, johon voi luottaa. Onnistuneesti hoidettu jälkimarkkinointi voi lujittaa asiakkaan ja yrityksen välistä suhdetta entisestään ja sillä voidaan pelastaa tuhoutumassa oleva asiakassuhde. Virhetilanteita ei tulisiakaan nähdä vain negatiivisesti, sillä niissä on potentiaalia muun muassa luottamuksen kasvattamiseen ja asiakassuhteen vahvistamiseen.

Jälkimarkkinointia voisi pitää yhtenä sitouttamisen keinona. Jälkimarkkinointi on myös taloudellisesti ajateltuna kannattavaa, sillä uusien asiakkaiden hankinta on jopa 10 kertaa kalliimpaa kuin vanhan asiakassuhteen ylläpitäminen (Silvennoinen 2002, 45). Vaikka uudet asiakassuhteet ovat tärkeitä, ei silti vanhojen asiakkaiden tärkeyttä tulisi unohtaa, sillä vanhoissa asiakkaissa on suuri potentiaali. Jos asiakas on tyytyväi-

nen, hän luultavasti kertoo saamastaan palvelusta myös tuttavilleen ja kääntyy yrityksen puoleen uudestaan.

### Asiakaspalvelu tuotteen rinnalle

Monesti tavara ja palvelu yhdistyvät tuoden asiakkaalle aineettoman hyödyn. Tämä tarkoittaa sitä, että tavaran hankintaan liittyy jotain palvelua ja palvelun käyttämiseen voi liittyä puolestaan jotain konkreettista tavaraa. Palvelut ja tavarat kuitenkin eroavat toisistaan ominaisuuksiltaan monessa suhteessa. Palvelut ovat aineettomia ja ne syntyvät yleensä samaan aikaan, kun ne tuotetaan ja kulutetaan. Asiakas myös itse osallistuu palvelun tuottamiseen, joten palvelua ei voida varastoida. Palvelut ovat myös vaihtelevia eli heterogeenisiä. Tämä tarkoittaa sitä, että palvelu saattaa olla erilaista eri kerroilla. Tavarat puolestaan ovat konkreettisia standardisoituja tuotteita. Tavaraita voidaan myös valmistaa ennalta ja näin myös niiden varastointi onnistuu. (Ylikoski 1999,17–26.)

Palvelujen erityispiirteet luovat paljon haasteita, jotka täytyy huomioida palveluita tuotettaessa, markkinoitaessa ja käytettäessä, sillä palvelut ovat jotain sellaista, jota ei pysty konkreettisesti koskettamaan tai kuvaamaan. (Ylikoski 1999,17–26.) Haasteeksi asiakaspalvelulle muodostuu myös se, että asiakkaat vaativat samalla sekä laatua että alhaista hintaa (Aarnikoivu 2005).

### 3.5 Asiakaspalvelun kehittäminen

Asiakaspalvelun kehittäminen on ensiarvoisen tärkeää, jotta koko ajan kiristyvien markkinoiden tahdissa pysytään. Yritys ei saa tuudittautua tunteeseen, että kaikki on kunnossa. Jos näin ajatellaan, voi yritys ajautua vakavien ongelmien eteen. Asiakaspalveluun panostaminen on tärkeää, sillä Lahtisen (ks. Aarnikoivu 2005, 21) mukaan epäonnistuneen asiakaspalvelun takia menetetään eniten asiakkaita.

Yrityksen johto on avainasemassa palvelun kehittämisprosessissa. Johtamisen tulee olla rohkaisevaa ja kannustavaa, jotta asiakaspalvelijat saadaan palvelemaan asiakkaita aina vain paremmin. Palvelun kehittämiseksi tulee järjestää erilaisia koulutuksia, jotta asiakaspalvelun hyvää tasoa voidaan ylläpitää. Asiakaspalvelun ylläpito on yritykselle jatkuva tehtäväkenttä. (Ylikoski 1999.)

Asiakaspalvelun kehittämiseen tulee keskittää runsaasti yrityksen voimavaroja, jotta asiakkaiden toiveisiin voidaan vastata ja asiakaspalvelussa onnistua. Tämä edellyttää asiakastiedon keräämistä ja analysointia. Asiakslähtöisyys on yrityksen toiminnassa tärkeää ja yrityksen tulisi pyrkiä siihen, että yrityksestä tulisi asiakkaiden tarpeiden mukaan ohjautuva (Anttila & Iltanen, 2001, 51).

## 4 ASIAKASKESKEINEN ORGANISAATIO

### 4.1 Asiakaskeskeisen organisaation toiminnan keskeiset periaatteet

Asiakaskeskeisen organisaation toiminta edellyttää koko yrityksen läpäisevää palvelukulttuuria. Ei riitä, että yrityksessä on olemassa asiakaspalvelukeskus, jossa *asiakaskeskeisyys* on toimintatapa, vaan asiakaskeskeisyyden on oltava keskeinen arvo koko organisaatiossa. (Aarnikoivu 2005.) Asiakaskeskeisyys näkyy organisaation toiminnassa asiakaslähtöisenä toimintatapana eli siten, että asiakas on yrityksen huomion kohteena sekä samalla myös oleellisena osana yrityksen päivittäistä toimintaa. Asiakaskeskeisessä organisaatiossa asiakasta ei enää ajatella vain kassavirtoina, vaan asiakas on yksi yrityksen olemassa olon tarkoitus ja ikään kuin yhteistyökumppani. Asiakas ei ole enää vain tavaroita tai palveluja käyttävä objekti, vaan myös asiakkuuden kehittämiseen osallistuva subjekti. (Storbacka & Lehtinen 2005.) Asiakaskeskeisessä organisaatiossa keskitytäänkin asiakkaaseen ja pyritään tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa sekä palvelevalla ja huomioivalla toimintatavalla että innovatiivisilla tuotteilla, jotta asiakas sitoutuisi yritykseen ja asiakassuhteesta tulisi kestävä.

Asiakaskeskeisyys on yrityksen arvo, joka ilmenee asiakaslähtöisenä toimintana. Asiakaskeskeisyys on selviämisen edellytys ja elinehto. (Aarnikoivu 2005.) Asiakaskeskeinen toiminta edellyttää asioihin suhtautumista asiakkaan silmin. Asiakaskeskeisyys lähtee yleensä yrityksen johdon asettamista tavoitteista ja asenteista, joilla johto ilmentää omaa suhtautumistaan palvelun merkitykseen yrityksessä. Asiakaskeskeisyys täytyy saada myös osaksi yrityksen henkilökunnan toimintaa. Asiakaskeskeisyyden läpiviemiseen käytetään usein sisäistä markkinointia, jonka avulla on mahdollista vaikuttaa henkilökunnan asenteisiin ja käyttäytymiseen. Sisäinen markkinointi on Perryn ja Parasuraman (ks. Ylikoski 1999, 64) mukaan keino saada yrityksestä asiakaskeskeinen organisaatio, jossa henkilökunta haluaa luoda asiakastyytyvää asiakaskeskeistä organisaatiota, jossa henkilökunta haluaa luoda asiakastyytyvää asiakaskeskeistä organisaatiota, jossa henkilökunta haluaa luoda asiakastyytyvää asiakaskeskeistä organisaatiota. Sisäinen markkinointi mahdollistaa palvelukulttuurin luomisen, kehittämisen ja ylläpitämisen. (Ylikoski 1999.)

## 4.2 Asiakaskeskeisen organisaation menestyminen

Asiakaskeskeisen organisaation näkökulmasta menestyminen edellyttää jatkuvaa kehittymistä ja sopeutumista ympäröivään kilpailutilanteeseen. Asiakaskeskeisen organisaation toiminnan keskeinen osa-alue on *asiakkuuksien hallinta* (ks. kappale 5.1), joka tarjoaa työkaluja kehittymisen mahdollistamiseen. Myös *mainepääoma* on olennainen osa menestystä (ks. kappale 4.3), sillä yrityksen maine kertoo yrityksen todellisesta suhtautumisesta sen asiakkaisiin. Monesti muiden asiakkaiden kokemukset antavat luotettavamman kuvan yrityksen todellisesta palvelutasosta, kuin ne viestit, joita yritys itse lähettää.

Menestymisen kannalta on lisäksi olennaista olla jollakin tavalla erilainen ja parempi kuin muut toimialalla toimijat. Erottautuminen on kuitenkin monesti vaikeaa sellaisella alalla, jossa tuotteet tai palvelut ovat hyvin samanlaisia (Bergström & Leppänen 2009). OVV esimerkiksi toimii vuokravälitysalalla, mikä tarkoittaa sitä, että pääsääntöisesti tuote on sama eli välitetään asuntoja. Asunnot ovat toki erilaisia, mutta perustuote, eli välitettävä asunto, pysyy samana koko toimialalla. Tällöin erottautuminen onnistuu parhaiten juuri asiakaskeskeisellä toiminnalla, jolloin asiakaspalvelu ja asiakkaan huomiointi korostuu yrityksen toiminnassa. Asiakaspalvelua ja sitä kautta myöskään asiakaskeskeisyyttä ei voi nimittäin kopioida yhtä helposti kuin esimerkiksi myytäviä tuotteita.

Asiakaskeskeisen organisaation näkökulmasta menestyminen vaatii kuitenkin usein myös innovatiivisuutta. Asiakkaat haluavat yllättyä ja kokea jotakin uutta, jotta he tuntevat saavansa yritykseltä lisäarvoa itselleen. Innovatiiviset yritykset toimivat edelläkävijöinä toimialallaan ja panostavat elämysten luomiseen, jotta yritykset voivat tuottaa asiakkaalle asiakkaan kaipaamaa lisäarvoa.

Tulevaisuuden huomioon ottaminen ja innovatiivisuus ovat tärkeitä sen vuoksi, ettei palvelukulttuuri varmasti pysy ikuisesti sellaisenaan kuin se nyt on. Storbackan ja Lehtisen (2005) mukaan on tärkeää huomioida, että tulevaisuuden asiakkuusstrategiat tulevat varmasti sisältämään yhä enemmän *tieto- ja tunnekomponentteja* ja sitä kautta myös *älykkyyttä kilpailukeinona*. Palvelualalla tarvitaankin tulevaisuudessa entistä enemmän psykologista silmää. Storbacka ja Lehtinen (2005) korostavat, että juuri asiakkaiden kokemilla tunteilla ja niiden hallitsemisella on suuri vaikutus yrityksen menestymiseen. Asiakaskeskeisessä toiminnassa ei riitä, että yritys saa vain osuuden

asiakkaan lompakosta, vaan yrityksen on saatava osuus myös asiakkaan ajatuksista ja sydäimestä menestyäkseen. Yritysten tulisi paneutua tähän ajattelumalliin erityisesti tulevaisuuden kannalta, sillä asiakaskanta on yritysten merkittävin omaisuus ja näin myös yrityksen tärkeintä pääomaa (Storbacka & Lehtinen 2005; Anttila & Iltanen 2001, 50). Se, miten saadaan osuus sekä asiakkaan ajatuksista ja sydäimestä vaihtelee toimialoittain, joten yritysten tulisi huolellisesti suunnitella, kuinka asiakkaan tunteet saadaan juuri kyseisellä toimialalla yrityksen puolelle. Asiakaskohtamisiin panostaminen voi olla yksi keino saavuttaa asiakkaiden tunteet. Käsitlemme hieman jäljempänä tarkemmin asiakaskohtamisia ja niissä onnistumisen merkitystä, sillä mielestämme asiakaskohtamiset ovat yksi asiakaskeskeisen organisaation toiminnan menestyksen kulmakivistä.

#### 4.3 Yrityksen mainepääoma

Mainepääoman merkitys tulee Aarnikoivun (2005, 34) mukaan tulevaisuudessa korostumaan yhä enemmän yritysten menestymisen kannalta. Mainepääomaan liittyvät olennaisesti käsitteet *maine*, *imago* ja *brandi*. Käsitteet eroavat toisistaan siten, että brandi tehdään, imago rakennetaan ja maine ansaitaan (Aarnikoivu 2005, 33). Tulevaisuuden menestymiseen vaikuttaakin yrityksen teot eli asiakaskohtamisten onnistumiset ja epäonnistumiset, joista yrityksen maine kertoo. Asiakaskohtamisten onnistumiset vaikuttavat positiivisesti yrityksen mainepääomaan ja kasvattavat samalla asiakaspääomaa. Vastaavasti epäonnistumiset vaikuttavat usein negatiivisesti ja haitallisesti mainepääomaan (ja joskus myös asiakaspääomaan). Mainepääoman kasvattamiseen kohdistuu kuitenkin monesti seuraava ongelma: hyvästä kokemuksesta ei juurikaan kerrota eteenpäin, kun taas huonosta kokemuksesta kerrotaan hyvää kokemusta useammin. Tämä tarkoittaa, että yritysten on keskityttävä erityisesti asiakaskohtamisten onnistumisiin ja vältettävä epäonnistumisia, jottei mainepääomaa riskeerata.

Kun asiakas kokee useita onnistuneita asiakaskokemuksia, hänestä voi tulla yrityksen *referenssi*, joka suosittelee yritystä eteenpäin ystävilleen ja tuttavilleen (Storbacka & Lehtinen, 82). Huomattavaa on ymmärtää, että suosittelumäärällä ja tyytyväisyydellä on yhteys. Tämä tarkoittaa sitä, että onnistuneilla asiakaskokemuksilla on suuri vaikutus suosittelun määrään. (Bergström & Leppänen 2009, 487.)

Onnistunut asiakaskokemus vaikuttaa toisaalta myös *imagotransferiana*: yhden henkilön toiminnan laatu mielletään koskemaan koko yrityksen toiminnan laatua (Aarnikoivu 2005, 36). Tällöin yksittäisten henkilöiden toimet voivat joko edistää tai estää yrityksen mainepääoman kasvamista ja taas toisaalta, joko lisätä tai vähentää asiakkaan uudelleenasiointia kyseisessä yrityksessä. Nämä mainepääomaan vaikuttavat seikat korostavat erityisesti henkilöstön merkitystä mainepääoman rakentamisessa. (Aarnikoivu 2005, 33–35.)

#### 4.4 Henkilöstön palvelutaidot

Yrityksen henkilökunnan palvelutaidoilla ja osaamisella on keskeinen merkitys asiakaspalvelun onnistumisen ja sitä kautta myös yrityksen mainepääoman kannalta. Asiakaspalvelijan taidot ja hänen toiminnassaan ilmenevä asiakaskeskeisyys nimittäin vaikuttavat voimakkaasti asiakkaan palvelukokemukseen (Ylikoski 1999, 62). Asiakaspalvelijan tehtävänä on luoda positiivinen suhde asiakkaaseen ja saada näin asiakas tyytyväiseksi palveluun. Hyvän asiakaspalvelun perustana onkin henkilöstö, jolla on riittävät tiedot ja taidot asiakastilanteiden hallintaan (Reinboth 2008). Asiakaspalvelija on yleensä ainoa henkilö, jonka kanssa asiakas on tekemisessä, joten asiakaspalvelijan asema on erittäin tärkeä palvelukokemuksen onnistumisen kannalta.

Jotkut ovat kuin luotuja asiakaspalveluun. Voiko siis hyväksi asiakaspalvelijaksi oppia vai onko palveluhenkisyys synnynnäinen ominaisuus? Asiakaspalvelu edellyttää tietynlaista ”spirit-henkeä”. Spirit-hengellä tarkoitetaan tavoitteellista toimintaa, positiivista asennetta, halua kehittyä ja kehittää toimintaa, innostusta työtä kohtaan ja kykyä ottaa vastuuta.

Asiakaspalvelijoilta edellytetään neljänlaisia taitoja: *teknisiä taitoja, ihmissuhdetaitoja, tuote- ja palvelutietoutta sekä asiakastietoutta* (Bell & Zemke 2006). Asiakaspalvelijan pitää olla niin sanottu moniosaaja, joka pystyy mukautumaan erilaisiin asiakastilanteisiin niiden vaatimalla tavalla. Asiakaspalvelijan täytyy olla hyvä ihmistuntija, jotta hän pystyy aistimaan asiakkaan tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden tunteita (Rissanen 2005). Vuorovaikutustilanteet edellyttävät asiakaspalvelijoilta empatiaa eli kykyä tarkastella asiaa toisen osapuolen näkökulmasta. Empatia on sydäimestä kumpuavaa asiakaslähtöisyyttä ja kykyä ymmärtää sitä, mikä asiakkaalle on tärkeää. (Mattiinen 2006; Ylikoski 1999.) Sanotaankin, että asiakaspalvelijan tulee pystyä kohta-



maan asiakas tunnetasolla (Ylikoski 1999, 317). Asiakaspalvelutyössä toimiminen edellyttää jatkuvaa oppimista ja tiedon järjestelmällistä hallintaa sekä asiantuntijuutta. Asiakaspalvelijalla tulee olla tiettyä uteliaisuutta ja halua kartuttaa omaa tietopääomaansa. Mutta kaikkein tärkeimpänä asiakaspalvelijan ominaisuutena voitaisiin kuitenkin pitää innostusta työtä kohtaan ja aitoa halua auttaa asiakasta, sillä ilman oikeanlaista suhtautumista on vaikea luoda asiakkaalle ylivertaisia asiakaskokemuksia. Asiakaspalvelijan tulee siis olla valmis tekemään runsaasti töitä asiakassuhteen eteen.

### *Palveluelämyksen luominen*

Nykyään puhutaan palveluelämyksistä lisäarvoa tuottavina tekijöinä. Asiakaspalvelija voi luoda asiakkaalle palveluelämyksiä pienillä teoilla ja omalla asennoitumisellaan ja esimerkiksi huolehtimalla jälkimarkkinoinnista (ks. luku 3).

Esimerkiksi vuokravälitysalalla on merkitystä, välittääkö yrityksen henkilökunta asiakkailleen kotia vai asuntoa. On eri asia näkeekö asiakas mielessään ihanan ja tunnelmallisen kodin, jossa on hyvä olla vai ainoastaan asunnon muiden vuokrattavien asuntojen joukossa. Juuri mielikuvat ja asiakkaiden tunteisiin vetoaminen ovat olennaisia palveluelämysten luomisessa. Kun asiakas kokee positiivisia tunteita ja hänelle syntyy positiivinen muistijälki yrityksestä, on asiakas entistä halukkaampi asioimaan yrityksessä uudelleen. Tällöin myös asiakkaan arvo yrityksen referenssinä kasvaa.

### *Asiakkaiden toiveiden syvällinen ymmärtäminen*

Asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden kuuntelemisella on mahdollista saada syvällistä ymmärrystä asiakkaan ajatuksista ja toiminnasta. Pelkästään kuunteleminen ei riitä, vaan asiakkaita täytyy myös ymmärtää. (Bell & Zemke 2006; Mattinen 2006.) Myös asiakaspalvelijan viestintätaidot nousevat tärkeiksi, sillä vahva ja kestävä asiakassuhde perustuu selvään ja avoimeen viestintään (Bell & Zemke 2006). Asiakaspalvelijan pitää pystyä rehellisesti keskustelemaan asiakkaan kanssa ikävämmistäkin asioista, sillä luottamus asiakkaan ja yrityksen välillä on asia, jota ei kannata riskeerata.

Asiakaspalvelutilanteessa asiakaspalvelijan pienetkin eleet vaikuttavat palvelukokemukseen. Katsooko asiakaspalvelija silmiin, entä hymyileekö hän? Keskittyykö asiakaspalvelija täysin palveluun vai harhaileeko hänen katseensa muissa asioissa? Asiakaspalvelijan täytyy osata hallita omat tunteensa asiakkaan edessä, sillä asiakaspalvelija ilmentää käytöksellään ja toiminnoillaan muun muassa yrityksen arvoja (Aarni-

koivu 2005). Asiakaspalvelijan onkin muistettava, että hän edustaa sitä yritystä, missä hän on töissä.

#### 4.5 Asiakaspalvelu ja sen johtaminen

Kuten edeltä käy ilmi, asiakaspalvelu on yrityksen merkityksellinen kilpailutekijä ja vahvuus, jota tulee johtaa ja kehittää osana yrityksen kokonaistoimintaa. Yrityksen johdolla on suuri vastuu asiakaspalvelun onnistumisesta, sillä ”johtaja on järjestelmän liikkeellepaneva voima” (Rissanen 2005, 161).

Johdon tulee löytää parhaimmat osaajat ja saada nämä sitoutumaan yritykseen ja yrityksen palvelustrategiaan (Abbasi ym. 2009). Myös henkilökunnan motivointi työtään kohtaan on ensiarvoisen tärkeää, jotta henkilökunta on valmis panostamaan yrityksen menestymiseen. Johdon työkaluja työntekijöiden motivoimiseen on esimerkiksi kommunikointi työntekijöiden kanssa niin myönteisissä kuin ikävissäkin asioissa, työntekijöiden arvostaminen sekä oikeanlainen tehtävien jako vastaamaan jokaisen työntekijän parhaita osaamisalueita. Työntekijöiden on tärkeää kokea, että he ovat tärkeä osa työpaikkaansa ja että heidän mielipiteitään arvostetaan. (Hutson 2009.) Työntekijöiden motivaation ollessa korkea myös varmasti asiakaspalvelun laatu tehostuu huomattavasti.

Johdon tehtävänä on perehdyttää henkilökunta parhaalla mahdollisella tavalla. Perehdytys on monesti asia, joka esimerkiksi kiireen vuoksi laiminlyödään. Perehdyttämiseen tulisi kuitenkin suunnata riittävästi resursseja, sillä perehdytyksen merkitys asiakaspalvelijoiden taitojen karttumisen kannalta on tärkeässä asemassa. Palvelun kehittämiseksi on tärkeää järjestää myös erilaisia koulutustilaisuuksia työntekijöille. Johdon tulee myös antaa henkilökunnalle riittävästi tukea, vastuuta ja tunnustusta. Henkilökuntaa pitää palkita onnistumisista, ja on tärkeää, että henkilökunta tuntee olevansa tärkeä osa yrityksen toimintaa. Johdon tulee myös olla itse esimerkkinä henkilökunnalleen, sillä johtajan oma toiminta ohjaa monesti työntekijöiden toimintaa. Johtaja on esikuva, josta työntekijät voivat ottaa mallia. Myös työntekijöiden riittävä motivointi on tärkeää, jotta asiakaspalvelijat säilyttäisivät jatkuvan kiinnostuksen työtään kohtaan. (Bell & Zemke 2006.)

Johtajan täytyy huolehtia siitä, että henkilökunnalla on riittävät tiedot asiakastilanteissa toimimiseen, sillä asiakaspalveluhenkilöstön osaamattomuus ja puutteelliset asiakaspalvelutaidot aiheuttavat huomattavan osan asiakasmenetyksistä (Rissanen 2005). Kun henkilökunnalla on riittävä määrä tarvittavaa tietoa käytössään, asiakaspalvelutilanteet hoituvat sujuvammin ja asiakkaiden tarpeita on mahdollista ymmärtää paremmin. Tällöin myöskään asiakasmenetyksiä ei tapahdu henkilökunnan osaamattomuuden vuoksi. Ajan tasalla oleva tietopääoma myös lisää yrityksen kilpailukykyä (Abbas ym. 2009).

Johtajan tulee myös varmistaa, ettei palvelussa esiinny paljoa vaihtelua vaan, että henkilökunta tuottaa asiakkaille aina yhtä hyvää palvelua. Palvelujen johtamiseen liittyy myös erottamattomasti seuranta ja valvonta. Seurannan ja valvonnan tulisi olla asioiden seurantaa suhteessa tavoitteisiin, eikä suoranaisesti henkilöstön valvomista. (Rissanen 2005.)

## 5 ASIAKKUUDENHALLINTA

### 5.1 Asiakkuudenhallinnan tavoite ja merkitys

Käsittelimme uuden ajan asiakaspalvelun henkistä perustaa luvussa 3. Tässä luvussa tarkoituksenamme on käsitellä tietoa käytännön työvälineenä asiakaskeskeisyyden arvon saavuttamisessa. Tiedolla tarkoitamme asiakkuuksien tuntemista ja sitä kautta asiakkuuksien hallintaa ja soveltamista. Ilman tätä tietoa asiakaspalvelua ei voi rakentaa onnistuneesti, sillä ei ole olemassa vain yhtä yleispätevää asiakaspalvelun mallia, joka sopisi saumattomasti kaikkiin organisaatioihin ja tilanteisiin sellaisenaan. (Aarni-koivu 2005.) Olennaista yrityksen toiminnassa on saavuttaa tila, jossa yrityksen *hyvä asiakaspalvelu* vastaa sekä yrityksen mielikuvaa sen tuottamasta asiakaspalvelusta että yksittäisen asiakkaan kokemuksia asiakaspalvelusta. Näin ei usein kuitenkaan ole, vaan yrityksen kuva asiakaspalvelunsa tasosta on erilainen kuin asiakkaan. Tämän tason yhtenäistämiseen on olemassa kaksi toisiaan tukevaa välinettä, joista ensimmäinen on *asiakastyytyväisyystutkimukset*. Toinen väline on arjen asiakaskohtaamisten merkitys ja niistä saatavan *välittömän informaation hyödyntäminen* yrityksen toiminnassa ja asiakkuuksien hallinnassa. Käsitlemme tässä luvussa sekä välittömän informaation hyödyntämistä että asiakastyytyväisyystutkimuksia.

Asiakkuudenhallinta on osa yrityksen aineetonta pääomaa, jolla pyritään varmistamaan asiakaskohtaamisten jatkumo, asiakastyytyväisyys sekä kasvattamaan asiakkuuden arvoa. (Hellman 2003). Muuttuneet olosuhteet yritystoiminnassa ja maailman globalisoituminen ovat olleet osallisina siihen, että asiakkuudenhallinnasta on muodostunut aina vain tärkeämpi asia yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa: asiakkuudenhallinta on yksi keskeisimpiä liiketoiminnan tulevaisuuden menestyksen kivijalkoja (Rope & Pöllänen 1994, 111). Asiakkuudenhallinnan merkitys on huomattu yrityksissä toimialasta riippumatta myös kilpailun kannalta. Tämä tarkoittaa laajempaa ymmärrystä asiakkailta jatkuvasti saatavasta tiedosta, sen merkityksestä sekä hyödyntämisestä kilpailun kannalta. Tämä ymmärrys on syntynyt pikkuhiljaa ajatusmallien siirryttyä markkinointikeskeisestä ajattelusta asiakaskeskeiseen ajatteluun ja massamarkkinoinnista henkilökohtaisempaan markkinointiin (Rope & Pöllänen 1994, 112–113).

## 5.2 Asiakkailta saatava tieto

Menestyäkseen yritys tarvitsee tietoa asiakkaidensa nykyisistä ja tulevista tarpeista. Tulevaisuuden tarpeisiin tulee pystyä varautumaan, jotta asiakkaat pysyisivät tyytyväisinä ja sitä kautta myös yrityksen asiakkaina. Yrityksen tulee olla *proaktiivinen organisaatio*, joka seuraa aktiivisesti muuttuvaa toimintaympäristöä ja ennakoii asiakkaiden muuttuvat tarpeet (Ylikoski 1999, 38). Asiakaspalvelun onnistumisen kannalta ainoastaan kapea-alainen tieto asiakkaista ei riitä, vaan yritysten täytyy pystyä yhdistämään tiedon eri lajeja: numeerista, laadullista ja hiljaista tietoa (Mattinen 2006). Asiakkailta saatavaa tietoa tulee hyödyntää markkinointiprosesseissa, myynnissä, jakelussa sekä asiakaspalvelussa. Tiedonkerääminen ja oikeanlainen kohdentaminen auttavat yritystä saavuttamaan parhaat asiakkaat, säilyttämään kestävät asiakassuhteet sekä parantamaan asiakasuskollisuutta. (Hellman 2003, 85–86).

Asiakkaat voivat antaa tietoa omista toiveistaan ja tarpeistaan yrityksille joko huomaamattaan tai tietoisesti esimerkiksi reklamaatioiden kautta tai pyytämällä esimerkiksi jonkun tietyn palvelutuotteen lisäämistä yrityksen valikoimiin. Tällaiset asiakkailta saatavat *signaalit* tulee ottaa huomioon yrityksen toiminnassa ja tallentaa ne yrityksen järjestelmiin, jotta asiakkaita voidaan oppia tuntemaan ja palvelemaan paremmin. Näin liiketoimintaa voidaan kehittää strategisesti vastaamaan paremmin asiakkaiden toiveita sekä tarpeita. Samalla asiakkuuksien arvoa voidaan myös kasvattaa. Näin saadaan arvokasta tietoa eri asiakkaiden palvelutarpeista, sillä eri segmenttejä on kohdeltava eritavoin: on hyvä muistaa, että keskimääräisiä asiakkaita on harvoin olemassa (Storbacka & Lehtinen 2005).

Palvelujen ja asiakaskohtaamisten käytännön räätälöinnin, eli täsmämarkkinoinnin, lisäksi asiakkuuksien tuntemisella voidaan myös vaikuttaa yrityksen markkinointikanaviin ja niihin väyliin, joilla asiakkaita lähestytään. Olennaista on tavoittaa asiakkaat, eikä tuhlaa markkinoinnin resursseja niihin kanaviin, jotka eivät näy asiakkaille. Oikeita kanavia tai väyliä ei voida löytää, jollei asiakaskuntaa tunneta tarpeeksi hyvin. Lisäksi, jos asiakkaita ei tunneta tarpeeksi hyvin tai jos asiakastieto on vanhentunut, asiakkaita saatetaan jopa loukata markkinoinnilla. (Bergström & Leppänen 2009.) Kun asiakkaat tunnetaan hyvin, saadaan myös keinoja henkilökohtaisempaan markkinointiin massamarkkinoinnin sijasta. Henkilökohtaisen markkinoinnin etuna on monesti se, että asiakas tuntee olevansa tärkeä yritykselle ja on näin tunnesiteen ansiosta valmis sitoutumaan yritykseen. Edellä mainitut hyödyt voidaan saada kuitenkin yritys-

ten käyttöön vain asiakkuudenhallintaa soveltamalla, sillä asiakkuuksien arvoa ei voida nostaa tuntematta asiakkaita ja asiakkuuksia (Storbacka & Lehtinen 2005, 145).

### 5.2.1 Asiakastyytyväisyys ja sen merkitys

*Asiakastyytyväisyys* on toisaalta asiakaskeskeisyyden keskeinen mittari, mutta yhtäältä myös nykyisyyden ja tulevaisuuden menestymisen analysoinnin ja selvittämisen keskeinen väline (Rope & Pöllänen, 49,58). Asiakastyytyväisyyden tutkiminen ei ole uusi ilmiö, sillä jo varhain markkinoinnin ammattilaiset alkoivat kiinnittää huomiota asiakkaidensa tyytyväisyyden seuraamiseen. Kiinnostus asiakkaiden tyytyväisyyttä kohtaan onkin pysynyt vahvana, ja asiakassuhteiden systemaattiseen luomiseen, ylläpitämiseen ja hyödyntämiseen kiinnitetään nykyisin erityistä huomiota (Bergström & Leppänen 2009).

Asiakastyytyväisyyden kokonaisuuden ymmärtämisen kannalta on olennaista täsmentää, mitä sanalla *asiakas* tässä yhteydessä tarkoitetaan. Henkilöä voidaan pitää yrityksen asiakkaana silloin, kun hän on ollut jollakin tavalla yrityksen vaikutuspiirissä. Näin ollen asiakkaana oleminen ei edellytä ostamista. *Asiakastyytyväisyydellä* taas tarkoitetaan asiakkaan tyytyväisyyttä yrityksen kontaktipintaa kohtaan (Rope & Pöllänen 1994). Kontaktipintaan kuuluvat kaikki ne kontaktit, jotka liittyvät yrityksen henkilöstöön, tuotteisiin, tukijärjestelmiin ja palveluympäristöön. Henkilöstökontakteihin liittyvät kokemukset koostuvat esimerkiksi yrityksen asiakaspalveluhenkilöstöstä ja heidän toiminnastaan yrityksessä. Tuotekontaktit taas voivat tarkoittaa tuotteen toimivuutta tai kestävyyttä, tukijärjestelmäkontaktit taas esimerkiksi laskutuksen toimivuutta ja palveluympäristöön liittyvät kontaktit esimerkiksi toimipaikan siisteyttä. (Rope & Pöllänen 1994; Bergström & Leppänen 2009.)

Koko yrityksen kontaktipinnalla on vaikutus siihen, onko asiakas tyytyväinen yritykseen. Tyytyväisyyteen vaikuttavat kokemusten ohella myös asiakkaan ennakkoodotukset yritystä kohtaan. Ennakkoodotukset tarkoittavat kaikkia niitä odotuksia, joita asiakkaalla on yritystä kohtaan ennen kuin asiakas on käyttänyt yrityksen tuotteita tai palveluja tai ollut muuten yhteydessä yritykseen. Kokemukset taas syntyvät kontaktipinnassa ja vaikuttavat odotusten ohella siihen, millaiseksi asiakkaan kokemus yrityksestä muodostuu eli onko asiakas tyytyväinen. Ennakkoodotusten ja kokemusten kohtaaminen ratkaisevat, mille kohdalle asiakkaan tyytyväisyys sijoittuu tyytyväi-

syys – tyytymättömyys -akselilla. (Rope & Pöllänen 1994.) Perinteisesti asiakastyytyväisyyden tutkimukset ovat nojanneet juuri asiakkaan odotusten ja kokemusten vertailuun. Aiemmin ajateltiin odotusten olevan avainasemassa asiakkaan tyytyväisyyden kannalta ja luultiin, että asiakkaan odotukset määrittävät pitkälti asiakkaan tyytyväisyystason. Näin asiakas koki olevansa tyytymätön, jos odotukset eivät täyttyneet ja vastaavasti tyytyväinen, jos odotukset ylitettiin. Tämän mallin mustavalkoisuudesta ja sisäisestä ristiriitaisuudesta johtuen odotusten käyttökelpoisuutta vertailukohteena on nykyisin vähennetty ja samalla painotetaan yhä enemmän kokemusten merkitystä, sillä kokemukset näyttäisivät sinänsä selittävän asiakkaan kokonaiskäsityksen tyytyväisyydestä. (Storbacka & Lehtinen 2005, 101.) Mekin nojaudumme tutkimukssamme asiakastyytyväisyystutkimukssamme enemmän asiakkaan kokemusten tarkasteluun, kuin kokemusten ja odotuksien vertailuun.

### 5.2.2 Asiakkailta saatavan tyytyväisyystiedon hyödyntäminen

Asiakkailta saatavaa tyytyväisyystietoa voidaan hyödyntää monin eri keinoin. Asiakastyytyväisyyden mittaamisen avulla voidaan yrityksen toimintaratkaisut suunnata oikein ja kehittää joko koko toimintaa tai sitten niitä kontaktipinnan eri osa-alueita, joissa on kehitettävää. Asiakastyytyväisyystiedolla on myös muita käyttöalueita. Asiakastyytyväisyystiedon avulla voidaan esimerkiksi paikantaa yrityksen toiminnan laadun ongelmakohtia, pitää yllä tiettyä tyytyväisyystasoa ja selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä sekä arvostusta yritystä kohtaan. Asiakastyytyväisyystieto voi toimia myös palkitsemis- tai johtamisjärjestelmän perustana, jolloin esimerkiksi henkilökunnan palkkaus perustuu asiakkaiden kokemaan tyytyväisyyteen. Näin tyytyväisyystutkimukset toimivat myös henkilöstön motivoinnin apuvälineenä. Toisaalta asiakastyytyväisyystiedon avulla voidaan myös kohdentaa markkinointia tiettyihin asiakasryhmiin, kuten esimerkiksi tyytymättömiin asiakkaisiin, jotta tyytymättömät asiakkaat saataisiin tyytyväisiksi. OVV:n kohdalla asiakkailta saatavaa tietoa voidaan hyödyntää esimerkiksi niin, että muuttoa suunnitteleville tarjotaan apua vuokra-asuntojen etsintään erilaisin yksilöllisin markkinoinnin keinoin.

On syytä muistaa, että asiakastyytyväisyyden mittaamisesta ja selvittämisestä on kuitenkin vielä matkaa yrityksen kehittymiseen. Kehittyminen edellyttää mittareiden ohella, että myös yrityksen tietokannat ja johtamisjärjestelmät ovat toimivia. (Rope & Pöllänen 1994.) Erityisesti yrityksen johtamisjärjestelmä korostuu, sillä yrityksen joh-

to on viime kädessä se, joka päättää miten asiakkailta saatavaa tietoa hyödynnetään ja hyödynnetäänkö tietoa ylipäättänsä, sillä ainoastaan asiakastyytyväisyystutkimusten tulokset eivät tee muutosta yrityksen toimintaan. Asiakastyytyväisyystutkimusten tulokset kertovat ainoastaan toiminnan nykyisestä tasosta. Kehittyminen ja soveltaminen jäävätkin siksi johdon vastuulle, sillä tulokset eivät muutu itsestään toiminnaksi ja kehitykseksi.

### 5.3 Asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmä

Kuten edellä esitimme, asiakastyytyväisyys on hyvin subjektiivista ja vaihtelee asiakkaittain ja tilanteittain. Asiakastyytyväisyyttä onkin siksi mitattava jatkuvasti ja systemaattisesti, sillä ei voida saavuttaa tilaa, jolloin kaikki tarvittavat mittaukset on tehty.

Ropen ja Pölläsen (1994) mukaan olennaista on lisäksi huomata, että asiakastyytyväisyyden selvittäminen ja mittaaminen eivät tarkoita samaa kuin asiakastyytyväisyystutkimukset, vaan asiakastyytyväisyystutkimukset ovat ainoastaan yksi osa *asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmää*. Toinen tärkeä osa asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmää on asiakkailta saatava suora palaute. Onnistunut asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmä edellyttää näiden molempien osa-alueiden olemassa oloa, hyödyntämistä ja yhteisvaikutusta. Nämä asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmän osa-alueet eivät siis ole toisiaan poissulkevia, vaan niitä molempia tulee soveltaa, kun pyritään saavuttamaan liiketoiminnallista menestystä. (Rope & Pöllänen 1994.) Seuraavassa kappaleessa käsittelemme ensin suoran palautteen järjestelmää ja sitten siirrymme käsittelemään asiakastyytyväisyystutkimuksia.

#### 5.3.1 Suoran palautteen järjestelmä

*Suoran palautteen järjestelmällä* tarkoitetaan asiakkaalle helpoksi tehtyä välittömän palautteen antamisen mallia, jolla asiakas antaa palautetta yrityksen kontaktipinnasta. Suoran palautteen järjestelmän on oltava toimiva ja systemaattinen, jotta asiakkailta saatava lisäinformaatio saataisiin aktiiviseen käyttöön. Suoran palautteen järjestelmän on oltava myös mahdollisimman vaivaton ja yksinkertainen, jotta asiakas on valmis antamaan suoraa ja spontaania palautetta. Suoran palautteen antamisen kanavia tulisi-kin olla useita, esimerkiksi palautepuhelin, sähköposti ja tekstiviesti. (Bergström &



Leppänen 2009.) Myös palvelutapahtumaan kytketty lomake voi toimia kanavana, jolla asiakas antaa suoraa palautetta.

Suoran palautteen kehittymistä on tärkeää seurata, jotta nähdään, onko jossakin yrityksen toiminnassa palautteen kohdalla niin kutsuttuja piikkejä, eli toimiiko esimerkiksi jokin yrityksen osa-alue tiettyä aikana erittäin hyvin tai huonosti, jolloin joko positiivisen tai negatiivisen palautteen antaminen korostuu (Rope & Pöllänen 1994).

### 5.3.2 Asiakastytyväisyystutkimukset

*Asiakastytyväisyystutkimukset* ovat markkinointitutkimuksia, joilla mitataan asiakkaiden kokemuksia yrityksen toiminnasta. Koska kyseessä on markkinointitutkimus, myös asiakastytyväisyystutkimukselle on asetettu tutkimukselle tyypillisiä kriteerejä. Asiakastytyväisyystutkimuksessa tulisi täytyä validiteetin, reliabiliteetin, järjestelmällisyyden, lisäarvon tuottamisen ja automaattisen toimintaan kytkeytymisen kriteerit. Validiteetilla tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, että asiakastytyväisyystutkimus mittaa juuri niitä asioita, joita sen on haluttukin mittaavan. (Rope & Pöllänen 1994). Validiteetin näkökulmasta korostuvat asiakastytyväisyystutkimukseen valitut mittarit ja niiden onnistunut soveltaminen. Reliabiliteetti taas konkretisoituu siten, että asiakastytyväisyystutkimus mittaristoineen voitaisiin toistaa milloin tahansa ja, että tulokset olisivat käytännön tasolla yhtenäisiä aiemmin mitattujen tutkimustulosten kanssa (olettaen, että asiakastytyväisyysessä ei ole tapahtunut suurta muutosta). Lisäarvon tuottaminen ja automaattinen toimintaan kytkeytyminen taas tarkoittavat sitä, että asiakastytyväisyystutkimusten avulla saatuja tutkimustuloksia todella hyödynnetään toiminnan kehittämiseen ja entistä suuremman lisäarvon tuottamiseen ja, että mittaminen integroidaan automaattiseksi osaksi yrityksen toimintaa. (Rope & Pöllänen 1994, 83–84.)

Edellä mainitut tutkimuksen kriteerit ovat haaste asiakastytyväisyystutkimukselle. Asiakastytyväisyystutkimuksen mittareihin on kiinnitettävä erityistä huomiota, jotta tutkimuksesta saataisiin rakennettua sellainen, että sitä voidaan hyödyntää jatkossakin ja että tutkimustulokset olisivat keskenään vertailukelpoisia. Toisaalta asiakastytyväisyystutkimuksen tulisi myös olla sellainen, että siitä saatavia tietoja voitaisiin tietosuojalain nimissä hyödyntää esimerkiksi yksilöllisemmässä vuoropuhelussa asiakkaan kanssa. Toisaalta asiakastytyväisyystutkimusten tulisi olla helppoja toteuttaa, ja

niiden tulisi kattaa kaikki tyytyväisyysalueet ja olla taloudellisesti järjestettäviä. Kuitenkin vain harvoin kaikki edellä mainitut ehdot täyttyvät, sillä useinkaan ei voida toteuttaa esimerkiksi yhtä aikaa taloudellisia ja koko tyytyväisyyden kattavia tutkimuksia. Siksi onkin valittava ne kriteerit, joista saadaan eniten arvoa yritykselle ja sitä kautta myös asiakkaalle. (Rope & Pöllänen 1994.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksilla selvitetään sekä asiakkaiden kokemaa tyytyväisyyttä tiettyihin osa-alueisiin, että myös koko yrityksen toimintaan. Kiinnostavimpia tulokset ovat yleensä ääriryhmien kohdalla: eli niiden, jotka ovat joko erittäin tyytymättömiä tai tyytyväisiä yritysten toimintaan. Tyytymättömyyden tai tyytyväisyyden takana olevat tekijät tulisi selvittää, jotta toimintaa voitaisiin parantaa tai vähintäänkin pitää samalla tasolla. Tyypillisesti asiakastyytyväisyystutkimukset toteutetaan kirjekyselyinä, puhelinhaastatteluina, haastatteluina tai Internet-kyselyinä.

## 6 ASUMINEN

### 6.1 Asuminen kiinnostuksen kohteena

Asuminen on jokaisen ihmisen perusoikeus ja yksi hyvän elämän kulmakivistä. Elämänhallinnan kannalta asunto on tärkeä tekijä, sillä asuminen on merkityksellinen osa hyvinvointiamme ja myös yksi perustarpeistamme (Liikanen 2001). Nykyään asuminen on myös yhä tärkeämpi ja palkitsevampi elämän osa-alue (Juntto 2007). Asumiseen liittyvät valinnat ovatkin entistä lähempänä ihmisen elämän keskiötä.

Asuminen on alkanut kiinnostaa entistä enemmän myös tutkimuskohteena, sillä aikaisemmin asuntopoliittinen tutkimus on ollut hyvinkin vähäistä Suomessa. Ympäristöministeriö sekä Sosiaali- ja terveysalan tutkimus- ja kehittämiskeskus, Stakes, ovat esimerkiksi teettäneet paljon asumisen kehittämiseen liittyviä tutkimuksia. Asumisen tutkimus sai myös vuonna 2005 oman tutkimusprofessorin, Anneli Juntton<sup>3</sup>, Itä-Suomen yliopistosta (Ympäristöministeriö 2005). Juntto on toiminut uranuurtajana asumiseen, asunnottomuuteen ja syrjäytymiseen kohdistuvissa tutkimuksissa sekä luonut useita kansainvälisiä yhteyksiä urallaan. Hänen tutkimuksensa ovat myös synnyttäneet useita jatkohankkeita. (Väisänen & Tuovinen 2010.) Asumisen tutkimuksen ja keskustelun lisääntymistä selittää esimerkiksi kiinnostus yksilöiden muuttuneita ja erilaistuneita tarpeita kohtaan (ks. luku 8).

#### 6.1.1 Yhteiskunta ja asuminen

Asuntoon liittyvät ratkaisut ovat useimmille elämän suurimpia taloudellisia päätöksiä, sillä asuminen muodostaa kotitalouksien suurimman pakollisen kustannuserän (Linnainmaa & Palo 2007). Tilastokeskuksen (2009a) mukaan kotitalouksien menoista vuonna 2008 jopa noin 25 % koostui asumiskustannuksista (luku sisältää veden, sähkön, kaasun ja muut polttoaineet). Erityisesti pienituloisten palkansaajien ja opiskelijoiden kohdalla asumiskustannusten määrä on huolestuttava, sillä asumisen kustannukset saattavat olla jopa ylivoimaiset tuloihin nähden. Ongelman poistamiseksi on perään kuulutettu erityisesti kuntien ja valtion tukea ja panostusta asuntojen uudisra-

---

<sup>3</sup> Anneli Juntto eläköityy elokuussa 2010.

kentamiseen, jotta kaikille voitaisiin tarjota turvallinen, kestävä ja viihtyisä asuinympäristö tuloista riippumatta.

Suomessa lait velvoittavat kaavoitusta ottamaan huomioon erilaisten väestöryhmien erityistarpeet, jotta voitaisiin luoda edellytykset hyvälle elinympäristölle (L132/1999). Kunnilla taas on kuntalaista johdettu velvollisuus huolehtia kuntalaistensa asumisesta ja kestävästä kehityksestä. Toisaalta nämä velvoitteet eivät ole sitovia, sillä laiminlyöntien varalta ei ole asetettu säädöksiä niiden noudattamatta jättämisen seuraamuksista. (L365/1995; Raitanen 2001.)

### 6.1.2 Asumiseen liittyvät valinnat

Asumiseen liittyviä valintoja ohjaavat hyvin selkeästi yksilön subjektiiviset tekijät, joita taas ohjaavat arvot ja arvostukset. Arvot ja arvostukset taas ovat hyvin voimakkaasti sidoksissa elämänvaiheeseen, asuinalueeseen sekä kulttuuriin. Pohjoismaissa asumisessa korostuvat esimerkiksi hyvin erityyppiset tekijät kuin vaikka Välimeren alueilla (Raitanen 2001). Myös aikakausi ohjaa asumiseen kohdistuvia valintoja: 2000-luvun asuminen on esimerkiksi melko erityyppistä kuin asuminen 1990-luvun alussa. 2000-luvulla on korostunut voimakkaasti konsumeristinen sosialisatio, jossa omaa identiteettiä rakennetaan kulutuksen kautta (Raitanen 2001, 103). Oman identiteetin rakentaminen kulutuksen kautta korostuu erityisesti nuorilla (ks. luku 6.7).

Asumisen kannalta valintoja täytyy tehdä asumismuodon, asunnon talotyyppin ja hallintamuodon suhteen. Myös asumisympäristöön ja asuntoon liittyvät valinnat ovat merkityksellisiä esimerkiksi asumisviihtyvyyden kannalta. Käsitlemme seuraavissa kappaleissa näitä olennaisesti asumiseen liittyviä asioita.

## 6.2 Suomalaisen asuntokannan kaksijakoisuus

Suomessa asuntokanta jakaantuu pitkälti pientaloihin ja kerrostaloihin. Tilastokeskuksen mukaan yksi- ja kaksikerroksiset rakennukset muodostavat jopa 95 % Suomen rakennuskannasta (Tilastokeskus 2009b). Pientalojen osuus Suomen asuntokannasta lähentelee EU:n keskimäärää ja kerrostaloja on jopa paljon verrattuna moneen muuhun EU-maahan. (Juntto 2008, 76–77.) Muihin EU-maihin verrattuna Suomessa on kuitenkin vähän erilaisia välimuotoja kerros- ja pientalojen välillä. Juntton (2008, 78) mukaan suomalaisen asuntokannan kaksijakoisuutta on mahdollista tulevaisuudessa

helpottaa esimerkiksi eri talotyyppojä yhdistelemällä. Puhutaankin niin sanotuista tulevaisuuden ”hybriditaloista”, joissa esimerkiksi kerrostalon katolle voisi rakentaa omakotitalon tai samassa rakennuksessa voisi olla sekä rivi- että kerrostalo. (Juntto 2008, 78.)

Juntton *Asumisen muutos ja tulevaisuus*-tutkimuksen (2008) mukaan suhteet kerros- ja omakotitalojen välillä ovat vaihdelleet 1990- ja 2000-luvuilla. Asuntotuotanto oli selvästi kerrostalovaltaista 90-luvulla ja 2000-luvun alussa. Kerrostalojen osuus asuntokannasta vuonna 2001 oli lähes puolet ja omakotitalojen vain noin kolmannes. Suhteet näiden kahden muodon välillä kuitenkin kääntyivät 2000-luvun aikana, ja jo 2006 vuonna omakotitaloja oli 40 % ja kerrostaloja 35 % Suomen asuntokannasta. Omakotitalojen kasvun hidastumista on kuitenkin ollut havaittavissa vuonna 2007, mikä selittyy osaksi korkojen ja rakennuskustannusten nousemisena vuonna 2007<sup>4</sup>. Vuonna 2008 suomalaisista noin puolet asui pientaloissa ja kolmasosa kerrostaloissa. Asunnoista puolestaan vain 40 % oli pientaloja, 44 %:n ollessa kerrostaloja. (Tilastokeskus 2009c.)

### 6.3 Erilaiset talotyyppit

Asumismuotojen eroavaisuuksia haetaan usein vertailun kautta: verrataan, mitä kerrostaloasuminen on ja mitä pientaloasuminen vastaavasti ei ole. Sanotaankin, että *merkityksenantoprosessi* eri talotyyppien välillä toimii erottelulogiikan kautta. Pientaloasuminen nähdään esimerkiksi vahvana sitoutumisena asuntoon. Asukas on esimerkiksi itse vastuussa kaikesta asuntoonsa liittyvästä ja hänellä on asunnon kunnossapitovelvollisuus. Kerrostalossa asukas ei puolestaan joudu vastamaan yleisestä kunnossapidosta. Kerrostaloista kuitenkin puuttuu pientaloissa, erityisesti omakotitaloissa, vallitseva vapaus ja riippumattomuus esimerkiksi seinän takana asuvista naapureista. Pientalot ja kerrostalot ovatkin monessa suhteessa vastakohtia toisilleen. (Silvennoinen & Hirvonen 2002, 27.)

*Pientalolla* tarkoitetaan asuntoa, jonne on suora käynti ulkoapäin maantasolta ilman erillistä porraskäytävää. Pientaloja ovat omakotitalo, paritalo sekä rivitalo. (A666/2008.) Muita talotyyppejä edellä mainittujen lisäksi ovat kerrostalot, luhtitalot, puutalo-osakkeet sekä erillistalot. *Omakotitalo* on yleensä yksi- tai kaksikerroksinen

<sup>4</sup> Vuonna 2007 asuntoluottojen suosituin korko 12 kuukauden euribor oli korkeimmillaan sitten vuoden 2001 (Terhemaa 2007).

yhden perheen kodiksi tarkoitettu asunto, jossa voi olla myös pienempi sivutalo. *Pari-talosta* puhutaan, mikäli samassa rakennuksessa on kaksi suurehkoa asuntoa. *Rivitalo* puolestaan on rakennus, jossa asuntoja on vierekkäin enemmän kuin kaksi. *Kerrostalo*ssa on yleensä useita eri kerroksia, ja asunnot sijaitsevat toistensa päällä. Yhteistä kaikille pientaloille on yleensä oma piha, joka puolestaan puuttuu kerrostaloista. Suomalaiset pitävät kerrostaloalueen hyvinä ominaisuuksina tyypillisesti tiiviyyttä ja lyhyitä etäisyyksiä sekä palvelutasoa. Pientaloalueen etuina taas pidetään rauhallisuutta, luonnonläheisyyttä ja viihtyisyyttä sekä omia pihvoja. (Strandell 2005, 129–130.)

#### 6.4 Asunnon hallintamuodon valinta

Tässä kappaleessa käsittelemme lyhyesti asuntojen eri hallintamuotoja. Koska OVV toimii vuokravälitysalalla, käsittelemme vuokra-asumista asunnon hallintamuotona hieman tarkemmin.

Asumisen hallintaan liittyvät valinnat ja ratkaisut määräytyvät usein suoraan elämäntilanteen ja -tyyliin mukaan. Asunnon hallintamuodon valinnalla on selkeä yhteys elämäntilanteen lisäksi myös ihmisen ikään, asutokunnan kokoon, tuloihin ja varallisuuteen. Nämä seikat ohjaavat yleensä sitä, millaiseen asuntoon päädytään milloinkin muuttamaan. Esimerkiksi enemmistö yksinasuvista suomalaisista, joiden elämäntyyliin kuuluu runsas matkustelu, tuskin valitsee itselleen omistusasuntoa tai omakotitaloa. Kun taas puolestaan parisuhteessa elävät suomalaiset, joilla on vakituinen työsuhde, usein valitsevat asunnon hallintamuodokseen pysyvemmän ratkaisun kuin asunnon vuokraamisen.

Suomalaisten *asumisura* alkaa nykyään entistä varhaisemmin, sillä nuoret muuttavat kasvukodeistaan yhä varhaisemmin omiin koteihinsa. Asumisura alkaa yleensä pienistä kerrostaloasunnoista. Asumisuramallin mukaan suomalaiset haluavat edetä asteittain kohti parempaa koettua asumistasoa ja siirtyä vuokra-asunnoista omistusasuntoihin. Suomalaisten asumisurasta puhuttaessa mainitaan usein *asumisen perinteinen malli*, jolla tarkoitetaan, että suomalaiset ostavat asunnon niin sanotusti huone kerrallaan eli suomalaiset siirtyvät pikku hiljaa suurempiin asuntoihin. Myös asumistasoon ja asumisuraan vaikuttavat elämäntilanne, varallisuus ja tulot. (Juntto 2007.)

## 6.5 Asuntojen erilaiset hallintamuodot

Suomessa asunnon hallinta perustuu yleensä *kiinteistön* tai *asunto-osakkeen omistamiseen, vuokrasuhteeseen* tai *asumisoikeuden hallintaan*<sup>5</sup>. Tilastokeskuksen (2009d) mukaan Suomen asunnoista hieman reilut puolet on omistusasuntoja, noin kolmannes vuokra-asuntoja, kun taas asumisoikeusasuntoja on vain reilun prosentin verran asuntokannasta. Luvut eri asunnon hallintamuotojen välillä ovat pysyneet melko muuttumattomina 2000-luvun ajan, mutta esimerkiksi omistusasuntojen määrässä on tapahtunut kasvua pidempien laina-aikojen ja alhaisen korkotason ansiosta 2000-luvun alussa. Ikäryhmiä verrattaessa vuokra-asuminen on 19–24-vuotiaiden nuorten suosima hallintamuoto ja omistusasuminen hieman vanhempien, 55–64-vuotiaiden suosima hallintamuoto. Vuokralla asuminen on nuorelle turvallinen ratkaisu ensimmäiseksi asunnoksi, mikä johtuu muun muassa nuorten tuloista, halusta liikkua ja nähdä maailmaa, ihmissuhteista ja opinnoista. Vuokra-asuminen nähdään turvallisena vaihtoehtona myös epävarmoina aikoina esimerkiksi talouden laskusuhdanteen aikana.

Myös asuntokunnan kokoa verrattaessa pienet taloudet asuvat suuria talouksia yleisemmin vuokralla kuin omistusasunnoissa. Jopa 47 % yksinasuvista asui vuokralla vuonna 2006. Asunnon hallintamuodolla on selvä yhteys myös kaupunkimaisuuteen, sillä suurissa kaupungeissa vuokra-asuminen on selvästi yleisempää kuin maaseutumaaisissa kaupungeissa. (Juntto 2008, 81–85.)

### 6.5.1 Omistusasuminen

*Omistusasumista* on perinteisesti pidetty suosittuna asunnon hallintamuotona Suomessa. Omistusasumisen suosion syitä ovat esimerkiksi asunnon kokeminen omaisuudeksi, omistusasunnon antama statusarvo ja omistusasumisen turvallisuus asumismuotona (Kuure 2001). Omistusasumisella voidaan tarkoittaa joko kiinteistön tai asunto-osakkeiden omistamista. Suomessa kiinteistö ymmärretään itsenäisenä maanomistuksikkonä, joka voi olla esimerkiksi tontti, tila tai määräosa tai määräala kiinteistöstä. Nämä edellä mainitut kiinteistömuodot merkitään erikseen kiinteistörekisteriin,

<sup>5</sup> Asumisoikeusasunto käsittää piirteitä niin vuokrasuhteesta kuin myös asunnon omistamisesta. Sen sanotaankin olevan näiden kahden muun hallintamuodon välimuoto. Asunnon hankkija maksaa asumisoikeusmaksuna 15–30 % asunnon hankintahinnasta ja saa täten käyttöoikeuden asuntoon. Tämän lisäksi hän maksaa kuukausittain käyttövastiketta, jonka suuruus on omistusasunnon hoitovastiketta suurempi. Asumisoikeuden haltija ei voi myöhemmin kasvattaa osuuttaan eikä lunastaa asuntoa omakseen. (Linnainmaa & Palo 2007, 211.)

ja ne saavat tämän jälkeen kiinteistötunnukset. Kiinteistön omistaja vastaa itse kaikista kiinteistöön liittyvistä menoista. (Linnainmaa & Palo 2007, 93.)

Asunto-osakkeen omistamisessa kaupan kohteena ovat osakkeet, jotka oikeuttavat huoneiston hallintaan. Osakkeidenostaja ei siis suoraan omista itse huoneistoa vaan hänellä on osakkeiden omistamisen myötä ainoastaan asunnon hallintaoikeus. Asunto-osakeyhtiö omistaa asunnon rakennuksen osana, ja ostajan täytyy maksaa kuukausittain asunnostaan yhtiövastiketta, jolla katetaan taloyhtiön hoidosta aiheutuvia kuluja. (Linnainmaa & Palo 2007, 19.)

### 6.5.2 Vuokra-asuminen

Suomessa on noin 800 000 vuokra-asuntoa, joista noin puolet on vapaarahoitteisia markkinavuokra-asuntoja ja loput valtion rahoittamia ARA-asuntoja (Valtion ympäristöhallinto 2010). Pienituloisille suunnatut ARA-vuokra-asunnot ovat valtion tuella rakennettuja asuntoja, joissa on yleensä matalammat vuokrat kuin yksityisillä markkinoilla (Silvennoinen & Hirvonen 2002, 16). ARA-vuokra-asunnot ovat yleensä kuntien omistuksessa, mutta muita omistajia voivat olla yleishyödylliset yhteisöt kuten VVO-yhtymä ja Avara. ARA-vuokra-asuntojen välityksessä tulee noudattaa tarveharkintaa eli asukkaat tulee valita valtion vahvistamien asukasvalintaperusteiden mukaisesti. Näitä valintaperusteita ovat muun muassa asunnon hakijan yleinen asunnontarve ja tulot. Valtion tukemia ARA-asuntoja ovat myös esimerkiksi opiskelija-asunnot, työsuhteasunnot sekä palveluasunnot. (Asumisen ABC 2010.)

Vapaarahoitteisia vuokra-asuntoja vuokraavat yleensä yksityiset henkilöt, mutta myös yleishyödylliset yhteisöt ja vakuutusyhtiöt. Vapaarahoitteisia asuntoja välittävät joko asunnon omistaja itse tai jokin vuokravälitystoimisto. Vuokra-asuntoja on pienistä kerrostaloyksiyöistä aina suuriin omakotiloihin.

Asunnon vuokrausta säätelee laki asuinhuoneiston vuokrauksesta, jossa on säännöksiä esimerkiksi asuinhuoneiston käytöstä, vuokranantajan ja vuokralaisen velvollisuuksista, vuokran määräytymisestä sekä vuokrasopimuksen irtisanomisesta (L481/1995). Asunnon vuokrasopimus laaditaan edellä mainittua lakia ja hyvää vuokratapaa hyödyntäen. Huoneen vuokrasopimuksella vuokrataan yleensä rakennus tai sen osa, joka on yleensä huoneisto (Linnainmaa & Palo 2007, 197). Suomessa ei ole vuokrasään-



nöstelyä vaan vuokra määräytyy yleensä kysynnän ja tarjonnan mukaisesti (Vuokra-turva 2010). Laissa pyritään kuitenkin suojelemaan vuokralaista esimerkiksi kohtuut-tomilta vuokrankorotuksilta, ja monessa kohdassa onkin erikseen kielletty sopimuk-sella laista poikkeaminen vuokralaisen vahingoksi. ARA-asunnoissa vuokra määräy-tyy puolestaan niin sanotun *omakustannusperiaatteen* mukaisesti eli vuokralla kate-taan asuintalon rakentamisesta johtuvia pääomakustannuksia ja kiinteistön hoitokuluja (Valtion ympäristöhallinta 2010).

Tähän asti tutkimuksissa vuokra-asuminen on koettu pitkälti asumisen väliaikaisena ratkaisuna (Ilmonen ym. 2005). Heinosen mukaan tulevaisuudessa vuokra-asumisen suosio saattaa kuitenkin kasvaa, sillä sen avulla voidaan ilmentää omaa elämäntapaa esimerkiksi kulutusyhteiskuntaa vastaan. Vuokra-asumisen yleistymisen edellyttää kuitenkin sitä, että vuokra-asumisesta saadaan tulevaisuudessa muokattua monimuotoisempi asumismuoto. (Rissanen 2009.)

## 6.6 Asuinympäristö

Maankäyttö- ja rakennuslaissa on asetettu tavoitteita *asuinympäristön*<sup>6</sup> laadulle. Ta-voitteet koskevat esimerkiksi turvallisuutta, viihtyisyyttä sekä sosiaalista toimivuutta. Laissa on myös erilaisia tavoitteita koskien yhdyskuntarakennetta, rakennetun ympä-ristön kauneutta ja asumisen tarpeiden toteutumista. (L132/1999; Strandell 2005.)

Asuinympäristön merkitys on huomattava viihtyisyyden tekijä ja turvallisuuden takaa-ja. Suomalaisille asumisympäristöllä on toiveissa jopa suurempi merkitys kuin itse asunnolla. (Juntto 2007.) Asuinympäristö voi parhaimmillaan lisätä asukkaiden fyysis-tä ja henkistä hyvinvointia (Kyllönen & Kurenniemi 2003). Myös lähipalvelut kuulu-vat erottamattomasti hyvään asumiseen ja asuinympäristöön. Lähipalveluihin kuuluvat kaikki ne kunnan, valtion ja järjestöjen palvelut sekä kaupalliset palvelut, joita ihmiset arkielämäänsä tarvitsevat. Näitä ovat esimerkiksi koulut, kaupat ja virkistysalueet. (Kyllönen & Kurenniemi 2003.)

---

<sup>6</sup> Asuinympäristöllä tarkoitetaan aluetta, jossa asuinkorttelin lisäksi on kävelyetäisyydellä esimerkiksi peruspalveluja, puisto- ja virkistysalueita sekä liikenne- ja kulkuväyliä. Asuinympäristö mahdollistaa esimerkiksi ulkoilun, urheilun, rentoutumisen sekä kosketuksen luontoon. (Strandell 2005.)

## 6.7 Nuoret ja asuminen

*Nuorten asuminen 2005* -tutkimuksen (Ilmonen ym. 2005) mukaan Suomessa on 18–29-vuotiaita nuoria noin 800 000. Määrä on valtava ja tarkoittaa, että nämä nuoret ovat aktiivisinta ikäryhmää asuntomarkkinoilla seuraavien 10 vuoden aikana niin asuntojen vuokraamisessa kuin hankinnassakin (Ilmonen ym. 2005). Tämän vuoksi nuorten tarpeilla, toiveilla ja unelmilla on suuri merkitys asuntomarkkinoille.

Nuoruus on yksi ihmisen elinkaaren vaiheista, joka jakautuu edelleen pienempiin eri vaiheisiin, kuten opiskelupaikan löytämiseen, seurusteluun ja perheen perustamiseen. Yksi nuoruusvaiheen merkittävimmistä kehitystehtävistä on itsenäistyminen irrottautumalla kasvukodista sekä nuoren muutto omaan kotiin. Muuttoa ensikotiin voidaan kutsua *itsenäistymismuutoksi*, sillä sen merkitys kehitystehtävän onnistumisessa ja nuoren itsenäistymisessä on todella suuri (Raitanen 2001; Ilmonen ym. 2005). Tyypillisimmin nuori muuttaa kasvukodistaan 18–20-vuotiaana ja aloittaa itsenäistymismuuton jälkeen asumisuransa (Ilmonen ym. 2005, 22–23). Vaikka nuori lähtee omalle asumisuralleen, saa moni nuori kuitenkin edelleen kotoa muuton jälkeen lähipiiriltään huomattavaa taloudellista tukea, esimerkiksi opiskeluihin.

Tilastokeskuksen (2009e) mukaan jopa 70 % alle 30-vuotiaista asuu vuokralla. Vuokra-asuminen onkin nuorten tyypillisin asunnon hallintamuoto. Lisäksi 20–24-vuotiaat ovat aktiivisimpia muuttajia maan sisällä. Tämän ikäryhmän muuttoalttius oli vuonna 2005 jopa kymmenkertainen verrattuna 60–64-vuotiaisiin ja nelinkertainen verrattuna 35–39-vuotiaisiin. (Tilastokeskus 2006.) On kuitenkin muistettava, että tätä lukua vääristää vuoden 1994 lainmuutos, sillä tuolloin voimaantullut kotikuntalaki mahdollisti opiskelijoiden kirjautumisen myös opiskelupaikkakunnilleen. Vuoteen 1994 asti opiskelijat opiskellessaan kotipaikkakuntansa ulkopuolella olivat usein kirjoilla ainoastaan kotipaikkakunnillaan.

Nuorten asumiselle tyypillinen piirre on väliaikaisuus, sillä samassa asunnossa asutaan useimmiten vain 1–4 vuotta (Kyllönen & Kurenniemi 2003). Tätä nuorten asumiselle tyypillistä piirrettä selittää se, että muuttaminen on osa nykyistä kaupunkilaista elämäntapaa ja niin kutsuttua *citysinkkuutta* (Kyllönen & Kurenniemi 2003; Raitanen 2001). Vuokralla asumisen yleisyys myös selittää osaltaan muuttoalttiutta, sillä

vuokra-asunnosta muuttaminen on omistusasunnosta muuttamista helpompaa. Reijon mukaan (Juntto 2007) suomalaisten keskuudessa muuttaminen on muutenkin suhteellisen yleistä, ja yhdessä asunnossa asumisen ajat ovat EU:n lyhyimpiä. Asunnon valinnassa ja muuttoaikeissa yllättävän suuri merkitys muodostuu lisätilan tarpeesta. Sen merkitys on jopa talotyyppiä ja hallintamuotoa suurempi. Lisäksi muuttosyynä on usein halu muuttaa isompaan asuntoon. (Juntto 2007, 81–94.)

Nuorten asumiselle on tyypillistä myös se, että tytöt muuttavat kasvukodistaan poikia aikaisemmin. Osaksi tähän vaikuttaa pojilla muuttoikänsä aikana suoritettava asevelvollisuus, mutta toisaalta myös tyttöjen oletetaan yleisesti kypsyvän poikia varhaisemmin (Raitanen 2001; Kuure 2001). Keskimäärin nuoret muuttavat ensiasuntoonsa 20-vuotiaina. Kasvukodista irtautumisen syyt ovat pitkälti sosiaalisia ja liittyvät esimerkiksi opiskeluihin tai parisuhteeseen. Irtautumisen syyt eivät ole enää niin vahvasti sidoksissa ikään kuin aikaisemmin vaan irtautumisen syyt liittyvät ennemminkin elämäntilanteisiin (Raitanen 2001).

Tyypillistä nuorten asumiselle on myös se, että nuorten asumista, varsinkin vuokra-asumista, pidetään usein jopa riskinä. Nuorta ei haluta vuokralaiseksi tai pahimmassa tapauksessa edes naapuriksi. Tämä niin sanottu *NIMBY-assenne* (not in my back yard) vaikeuttaa nuorten asumisen mahdollisuuksia. (Raitanen 2001, 101.) Nuoria pidetään usein sulkeutuneina ja eristäytyneinä, sillä nuorelle oma asunto on usein vain ikään kuin kääntöpaikka, jossa nuori käy nukkumassa ja syömässä. Eräiden tutkimusten mukaan nuoria pidetään vähiten aktiivisina esimerkiksi taloyhtiöiden asioissa ja siksi nuoria saatetaan jopa pelätä, sillä nuoria ei tunneta tarpeeksi hyvin naapurustossa. Toisaalta nuorten nopea muuttotahti myös vaikeuttaa nuoriin tutustumista naapurustossa, josta tämä *NIMBY-assenne* saattaa johtua. (Raitanen 2001.)

Nykyisin nuoret korostavat elämässään hetkessä elämistä eli niin kutsuttua ”tässä ja nyt” -asennetta. Useat nuoret eivät halua säästää aikaisempien sukupolvien tavoin ”pahan päivän varalle” vaan haluavat mieluummin käyttää varansa elämiseen, sillä kulutus tuottaa nuorille välitöntä nautintoa (Stark 2004). Monesti nuorten kohdalla ei enää puhutakaan säästämisestä vaan pikemminkin kulutuksen lykkäämisestä. Esimerkiksi panostaminen vapaa-ajalla kodin sisustukseen erottaa nykypäivän nuoret 1980 tai 1990-luvun nuorista, sillä nykypäivän nuoret toteuttavat itseään entistä enemmän vapaa-ajan kautta. Eresmaan ja Wilskan (2002) mukaan vapaa-ajan ja kulutuksen ko-

rostaminen nuoren identiteetin rakentumiseen vaikuttavina tekijöinä onkin korostunut ja nuoret tutustuvat itseensä yhä enemmän kulutuksen kautta. Poiketen aiemmista sukupolvista, nuorten elämää eivät määritä enää yhtä paljon koulu, perhe ja työ, vaan juuri kuluttaminen ja vapaa-aika.

Toisaalta nuoret jakautuvat kuitenkin kahteen ryhmään asuntoon liittyvän kulutuksen suhteen: *asunto-orientoituneihin* sekä *sitovia asumisratkaisuja kaihtaviin ja vapautta korostaviin* (Ilmonen ym. 2005, 52). Osa nuorista haluaa itselleen oman kodin, johon panostaa, kun taas osa nuorista käyttää rahansa mieluummin esimerkiksi matkusteluun. Asunto-orientoituneet nuoret myös seuraavat paljon trendejä ja ovat halukkaita panostamaan niihin pysyäkseen tyyliisuuntausten virran mukana.

## 7 ASUMISEN TARPEET JA TULEVAISUUS

### 7.1 Asumisen tarvehierarkia

*Abraham Maslow*, yksi humanistisen koulukunnan uranuurtajista, on kehittänyt maailmanlaajuisesti tunnetun tarvehierarkian, joka kuvaa ihmisten tarpeiden muodostumista. Maslow'n tarvehierarkia on monikäyttöinen ja sitä voidaan soveltaa myös asuminen tarpeiden ymmärtämiseen.

Maslow'n tarvehierarkia muodostuu pyramidin muotoisesti niin, että tarpeiden järjestyks on alimmasta kerroksesta alkaen *fysiologiset perustarpeet*, *turvallisuuden tarpeet*, *rakkauden ja yhteenkuuluvuuden tarpeet*, *itsensä kunnioittamisen tarpeet* ja *itsensä toteuttamisen tarpeet*. Maslow'n tarvehierarkiaa hyödyntäen voidaan tarpeet jakaa edelleen perus- ja johdettuihin tarpeisiin. Perustarpeisiin kuuluvat kahden alimman kerroksen tarpeet, jotka ovat yksilön selviytymisen kannalta ensisijaisen tärkeitä. Johdetut tarpeet puolestaan liittyvät sosiaalisiin ja arvostuksen tarpeisiin sekä itsensä kunnioittamiseen ja kehittämiseen. (Gamrel & Cianci 2003.)



Kuvio 1. *Maslow'n tarvehierarkia*

Aikaisemmin asunto tyydytti pitkälti ainoastaan ihmisten turvallisuuden tarpeita. Nykypäivänä asunto ei ole kuitenkaan enää ainoastaan turvapaikka, jossa käydään nuk-

kumassa ja syömässä, vaan asunto on nykyisessä elämystaloudessa hyvin lähellä ihmisen elämän keskiötä. Juntto (2007) nimittääkin asumista arjen yhdeksi päänäyttämöksi. Asuminen on siirtynyt lähemmäksi Maslow'n ylemmän tason tarpeita kuten sosiaalisen arvostuksen tarpeita ja itsensä kehittämisen tarpeita. Asumisen nähdäänkin kertovan ihmisen identiteetistä. Asuminen korostaa yksilöllisyyttä, ja kertoo elämäntyyliin ja -tapaan liittyvistä valinnoista. Asumisesta ja asunnosta voi yleensä päätellä jotain ihmisen statuksesta ja arvostuksista. (Juntto 2007; 2008.)

## 7.2 Yksilöllisyys ja asumisen tarpeet

Asumisen tarpeet muuttuvat ihmisen elinkaaren mukaan, ja nuorilla on selvästi erilaiset tarpeet verrattuna iäkkäämpiin ihmisiin. Eri elämänvaiheissa korostuvatkin erilaiset asumistarpeet ja laatutekijät (Kyllönen & Kurenniemi 2003). Iäkkäämmät ihmiset kaipaavat asumiseltaan yleensä seesteisyyttä ja tiettyä tasaisuutta. Nuoret taas ovat asunnon etsijöinä ryhmä, joilla on juuri omanlaisensa asumistarpeet. Nämä tarpeet eivät useinkaan liity siihen, että nuoret tarvitsisivat asuntoja, joissa on helppo liikkua tai palvelut sijaitsevat lähellä, vaan nuorten tarpeet liittyvät pikemminkin nuorten taloudellisiin resursseihin (Raitanen 2001, 101). Nuorilla asumisen laatuun vaikuttavatkin usein enemmän juuri taloudelliset resurssit kuin nuorten toiveet (Kyllönen & Kurenniemi 2003). Nuoria leimaa usein vähävaraisuus nuorten elämäntilanteen vuoksi, sillä nuoret elävät opiskelusta johtuen yleensä pienien tukien ja pätkätoiden varassa<sup>7</sup>. Nuoret haluavat kuitenkin nykyään hankkia oman asunnon yhä nuorempina ja hakeutua suurempiin asuntoihin entistä aiemmin rahatilanteen rajoituksista huolimatta. Tähän ratkaisuna ovat esimerkiksi asuntolainat sekä muut erilaiset lainat, jotka mahdollistavat myös nuorille unelmien mukaisen asumisen.

On huomattava myös se, että eri yksilöiden tarpeissa on paljon vaihtelua. Yksi haluaa viimeisen päälle modernin kattuhuoneiston, ja toinen puolestaan etsii hyvin ekologista ratkaisua asumiseensa. Kyllösen ja Kurenniemen (2003) mukaan tulevaisuudessa asumisen tarpeiden objektiivinen määrittely tuleekin entisestään vaikeutumaan, sillä elämäntyyli eriytyvät entistä enemmän ja työn- ja vapaa-ajan toiminnot sekoittuvat toisiinsa. Yhteistä kaikille suomalaisille on kuitenkin se tosiasia, että tarpeet ovat muuttuneet aikaisemmasta. (Juntto 2008, 84.)

---

<sup>7</sup> Juntton (2008) mukaan opiskelijoista jopa 82 % onkin pientuloisia.

### 7.3 Asumisen muuttuneet tarpeet

Asumisella on vahva yhteys siihen aikaan, mitä eletään. 1920-luvulta lähtien asumisen suunnittelussa tärkeintä oli funktio, jonka mukaan kaikilla asunnontarvitsijoilla tuli olla tietyn vähimmäistason täyttävä asunto. Asumisen yhdenmukaisuus korostui entistään 1960 ja 1970-luvuilla, jolloin asumisen tarpeet määriteltiin pitkälti asiantuntijoiden mielipiteiden pohjalta. Tällöin ei kiinnitetty huomiota erilaisiin tarpeisiin vaan asunnot suunniteltiin tietyn yleiskaavan mukaisesti vastaamaan universaaleja tarpeita. (Silvennoinen & Hirvonen 2002, 34–35.) Asunnot oli suunnattu niin sanotuille tilastoasukkaille (Tiuri 1998). Tähän normittavaan ja standardipohjaiseen asuntotuotantoon alettiin etsiä vaihtoehtoja 1980-luvulta alkaen. Tällöin alettiin ymmärtää, ettei tarpeita voida määrittää yleispätevästi, vaan asukkailla on erilaisia tarpeita, jotka täytyy huomioida asuntoja rakennettaessa. (Silvennoinen & Hirvonen 2002, 35.)

Asumisen moninaisiin tarpeisiin, toiveisiin ja unelmiin ei voida vastata ainoastaan suunnittelemalla erilaisia asuntoja erilaisille ryhmille, koska tällöin suunnittelijoiden tulisi ennustaa tarkasti, millaisia asuntoja tulevaisuudessa tarvitaan millekin alueelle. Lisäksi, jos asunnot suunniteltaisiin vastaamaan jokaisen yksilöllisiä tarpeita, asunnotuotannon ja -tuotannon resurssit eivät riittäisi asuntojen tuotantoon. Asuntojen *muunneltavuus*<sup>8</sup> mahdollistaa sen, että asunnot pystyvät vastaamaan paremmin erilaisiin tarpeisiin. Muunneltavuus on keino lisätä asunnon yleispätevyyttä ja saada asunto sopimaan luontevammin eri elämäntilanteiden vaatimiin erityistarpeisiin. Muunneltavuuden avulla voidaankin toteuttaa yksilöiden spesifejä asumisratkaisuja. (Tiuri 1998.) Lisäksi muunneltavuus nähdään monesti asukkaan kannalta yhtenä asunnon lisäarvontuottajana ja se koetaan siksi tärkeäksi. Yksinkertaisimmillaan muunneltavuus tarkoittaa riittävän suuria huoneita ja asunnon väljyyttä, mikä mahdollistaa erilaiset sisustustavat asunnonhaltijan toiveiden mukaisesti. Asunnon muunneltavuus perustuu lisäksi esimerkiksi tilojen monikäyttöisyyteen, jolloin esimerkiksi eri huoneiden käyttömahdollisuuksia voidaan vaihdella, seiniä siirrellä ja huoneita yhdistellä.

### 7.4 Asuminen – arjen uusi päänäyttämö

Nykyään suomalaiset eivät enää asu käydäkseen töissä, vaan käyvät töissä asuakseen. Asuminen on muotoutunut yhä tärkeämmäksi ja palkitsevammaksi elämän osa-

<sup>8</sup> Muunneltavuudella tarkoitetaan esimerkiksi asunnon pohjaratkaisua ja varustetasoa koskevia muutoksia, joita asukas itse voi tehdä esimerkiksi remontoinnin yhteydessä.

alueeksi ja se nähdään nykyään yhä enemmän itseilmaisun muotona (Kyllönen & Kurrenmiemi 2003). Kotona vietetystä ajasta halutaan nauttia, kodin sisustukseen panostetaan ja kotona rentoudutaan hyvän ruoan ja esimerkiksi kotiteatterin merkeissä. Nykyään puhutaankin niin sanotusta rentouttavasta ja elvyttävästä asumisesta (Juntto 2007, 6). Asuntoa halutaan muokata itsensä näköiseksi, ja ihmiset haluavat asua oman persoonansa mukaisesti. (Juntto 2007, 6–8.)

TV:ssä esitetään nykyään hyvin paljon erilaisia asumiseen liittyviä ohjelmia ja Internet on täynnä esimerkiksi sisustukseen liittyviä aiheita. Niistä on selvästi aistittavissa asumisen tarpeissa tapahtunut muutos kohti johdettuja tarpeita. TV-ohjelmissa ihmiset remontoivat ja sisustavat kotejaan yhdessä sisustussuunnittelijoiden kanssa sekä etsivät itselleen juuri sitä oikeaa asuntoa. Ihmiset ovat entistä tarkempia siitä, missä ja miten he asuvat ja mikä tahansa asunto ei enää kodiksi kelpaa. Estetiikka korostuu sisustusohjelmissa selkeästi ja esteettiset asiat ovatkin entistä tärkeämpiä asumisessa (Juntto 2008, 18). Suomalaiset pitävätkin asumisessaan tärkeänä asunnon kodikkuutta, viihtyisyyttä ja muunneltavuutta (Juntto 2007).

### 7.5 Asumisen toiveiden ja unelmien tutkiminen

Elämäntapojen ja elämäntyylien erilaistumisen myötä asumisen toiveet, vaatimukset ja asumispreferenssit ovat muotoutuneet entistä monipuolisemmiksi ja vaikeammin ennustettaviksi (Tiuri 1998). Tämän vuoksi asumiseen kohdistuvia toiveita ja unelmia on vaikea tutkia, koska niiden realistisuudesta ei ole taetta. On myös vaikeaa tietää, mitä toiveiden taustalla on ja kuinka loppuun asti harkittuja ne ovat. Toiveiden ja unelmien tutkiminen antaa kuitenkin selkeää suuntaa siitä, mitä ihmiset asumiseltaan todennäköisesti toivovat nykypäivänä. Tutkimalla on mahdollista löytää niin sanottuja *hiljaisia signaaleja* tulevaisuuden asumisen kehityssuunnista (Juntto 2007).

Suomen asuntopolitiikan tavoitteena on sovittaa yhteen ihmisten asumistoiveet ja -tarpeet, yhteiskunnan tarpeet ja kestävä kehitys sekä samalla edistää jokaisen mahdollisuutta toiveiden ja tarpeiden mukaiseen asumiseen (Valtion ympäristöhallinto 2010). Asumisen toiveiden ja unelmien taustalla on yleensä käsitys hyvästä asumisesta ja asuinympäristöstä. Asumisen toiveiden kuunteluun on Suomessa havahduttu, ja esimerkiksi *Hyvä asuminen 2010* -hanke pyrkii saamaan Suomesta asumisen mallimaan. Hyvän asumisen visio rakentuu ajatuksesta, että asuntomarkkinat toimisivat asukkai-



den ehdoilla, asunto joustaisi elämäntilanteen mukaan ja asumisen ympäristö olisi viihtyisä, esteettinen sekä sosiaalisesti ja fyysisesti turvallinen. (Hyvä asuminen 2010 2010.)

## 7.6 Suomalaisen asumistoiveet

Junton (2007) mukaan viimeaikaisissa asumisen toiveisiin liittyvissä keskusteluissa on korostunut suomalaisten pientalotoiveet ja halu omistusasumiseen asunnon hallintamuotona. Asumisen toiveet ovat kuitenkin monesti ristiriidassa todellisuuden kanssa, sillä esimerkiksi pientaloissa asuu tällä hetkellä huomattavasti vähemmän ihmisiä kuin niissä haluaisi asua (Strandell 2005). Suomalaiset toivovat lisäksi monimuotoisempaa asuntokantaa ja asumiseen enemmän vaihtoehtoja (Juntto 2008; Strandell 2005). Tulevaisuuden asumiseen odotetaan monipuolisempia rakenne- ja muotoratkaisuja (Rissanen 2009).

Toiveisiin ja unelmiin nähden Suomen asuntotuotanto on hyvin yksimuotoinen. Jo aiemmin kappaleessa 6.2 mainittu Suomen asuntokantaa leimaava vahva kaksijakaisuus kerros- ja omakotitalojen välillä on vanhahkoa ja kaipaa tulevaisuudelta uusia innovaatioita. Suomalaiset kaipaavat yksilöllisiä ratkaisuja asumiseensa, johon vanhahko asumistuotannon malli ei pysty suoraan vastaamaan. Suomessa asumisen monimuotoinen tulevaisuus onkin vielä montaa muuta maata jäljessä. Heinosen mukaan esimerkiksi Japanissa on rakennettu jo taloja, jossa kerrostalon sisään on rakennettu eräänlaisia pientaloja omine pihoineen. (Rissanen 2009.)

Asumiseen liittyvissä toiveissa ja unelmissa korostuu usein yksilöllisyyden merkitys. Tämän vuoksi olisikin tärkeää pyrkiä rakentamaan tulevaisuudessa sellaisia asuinalueita, jotka pystyisivät vastaamaan eri-ikäisten ja eri elämäntilanteissa olevien suomalaisten yksilöllisiin toiveisiin ja tarpeisiin. Monimuotoisuus asumisessa estäisi myös asumisalueiden liiallisen eriytymisen toisistaan. Monimuotoiseen asumistapaan ratkaisuna on esimerkiksi kaupunkimainen pientalorakentaminen, jossa kiinnitettäisiin erityistä huomiota suomalaisten toivomaan kaupunkiluontoon. (Strandell 2005.) Asumisen toiveissa korostuukin paljon asuinympäristöön liittyviä toiveita, sillä viihtyisä ja turvallinen asuinympäristö lisäävät asukkaiden tyytyväisyyttä asuinalueeseensa (Juntto 2007). Juntton (2007) *Suomalaisten asumistoiveet ja mahdollisuudet* -tutkimuksen

mukaan suomalaisten toiveissa asuinalueen jälkeen tärkeimpinä ovat asunnon sijainti ja luonnonläheisyys.

### 7.7 Asumisen trendien merkitys

*Trendeinä* voidaan pitää sellaisia kehityksen suuria aaltoja tai linjoja, joilla on yleisesti tunnistettava suunta ja joiden voidaan uskoa jatkuvan samansuuntaisesti myös tulevaisuudessa (Mannermaa 2010). Kuten yhteiskunnan muillakin aloilla, myös asumisessa, trendeillä ja megatrendeillä on suuri vaikutus tulevaisuuden ennustamiseen, tulevaisuuteen varautumiseen sekä asuntomarkkinoilla toimivien yritysten menestymiseen. Trendien kartoittamisella on tarkoitus ymmärtää, millaisia muutoksia yritysten toimintaympäristöön on tulevaisuudessa tulossa (Kiinteistöliitto 2005).

Monilla yhteiskunnan eri aloilla merkittävä kehityssuunta tai muutos tulee liittymään *kumppanuusajatteluun*. Myös asumisessa ja asumisen kehittämisessä ollaan menossa tähän suuntaan: avain asuntomarkkinoilla menestymiseen on juuri asukas- tai asiakastarpeiden tuntemus. Asuntomarkkinat toimivatkin entistä enemmän asukkaiden ehdoilla. Kuluttajien valinnat muuttuvat yhä merkityksellisemmiksi ja kauemmas myyjän markkinoilta (Juntto 2008). Muutokset kuluttajien valinnoissa vaikuttavat asumiseen liittyvien alojen toimijoihin. Eniten muutos koskettaa rakennusalaan. Tämä muutos voi tuoda mukanaan jopa uusia toimialoja ja sitä kautta työpaikkoja, sillä vaativat asiakkaat etsivät yhä enemmän esimerkiksi asuntojen myyjiltä elämäntapaymmärrystä kuin varsinaista asuntosuunnittelua. Näin voisi syntyä esimerkiksi *asuntointegraattoreita* kuluttajien eli asukkaiden ja tuotannon rajapintaan. Nämä integraattorit tuottaisivat asiakkaalle sitä lisäarvoa, mitä asiakas asumisesta hakee. (Kiinteistöliitto 2005.)

### 7.8 Asumisen merkittävimmät trendit

Kiinteistöliiton (2005) mukaan asumisessa suurimmat megatrendit liittyvät talouteen, teknologiaan, väestöön ja elämäntapoihin, toimintatapoihin, alueisiin sekä ympäristöön ja riskeihin sekä näiden kehittymiseen ja muuttumiseen tulevaisuudessa. Suurin muutosagentti tulee olemaan *väestö* ja *muuttuvat elämäntavat*. Enää ei voida segmentoida yhtä vahvasti väestön iän mukaan kuin ennen, vaan tärkeämmäksi segmentointiperusteeksi nousee asukkaan elämäntyyli ja -tilanne. Megatrendien valossa asuminen

pirstoutuukin tulevaisuudessa vielä enemmän elämäntilanteiden mukaan<sup>9</sup>. (Kiinteistöliitto 2005.) Myös *liikkuva elämäntapa, asutokunnan koon pieneneminen, monikotiisuus, kaupungistuminen sekä väestön ikääntyminen* ovat selkeitä väestöön ja elämäntapoihin liittyviä trendejä (Kiinteistöliitto 2005; Juntto 2008).

*Toimintojen desynkronisaation* uskotaan lisääntyvän Suomessakin lähivuosina. Tämä tarkoittaa, että niin kutsuttu 24/7- talous tulee yleistymään ja vuorokausirytmä muotoutumaan entistä enemmän kuluttajien elämäntapojen mukaan. (Kiinteistöliitto 2005.) Tällöin myös asuntojen on vastattava asukkaiden elämäntapojen mukaista asumista. Toisaalta myös *sosiaalisen eriarvoisuuden* uskotaan lisääntyvän lähivuosina ja asumistapojen ja -muotojen eriytyvän myös siitä syystä entistä enemmän. (Kiinteistöliitto 2005). Paluusta jopa sääty-yhteiskuntaan tai tietynlaiseen kastijakoon kirjoitetaan muun muassa Kiinteistöliiton (2005, 36) tutkimusraportissa *Asumisen kehitysnäkymät 2010–2030*. Tutkimusraportissa kuvaillaan tulevaisuuden varallisuuserojen kasvua ja varallisuuseroista johtuvaa asuinalueiden eriarvoistumista. Juntto (2008) kuitenkin korostaa, että varallisuuserojen kasvu voi olla taittuva trendi, joka ei jatku samansuuntaisesti tulevaisuudessa. Emme kuitenkaan voi varmuudella tietää, onko varallisuuserojen kasvu vahva ajuri eli toteutuvatko skenaariot sääty-yhteiskunnasta todella vai taittuuko kyseinen trendi lähitulevaisuudessa, eikä asuntojen eriarvoisuus korostukaan merkittävästi.

Selkeänä trendinä voidaan myös havaita, että *kodille asetettu vaatimustaso nousee*, kun asukkaiden vaatimukset fokusoituvat ja asuminen muuttuu entistä kuluttajakeskeisemmäksi. Elämäntapojen ja asumispreferenssien moninaistuminen asettaa aivan uusia vaatimuksia asumiselle. Asumisesta tulee kulutustuote, joka ilmentää yksilön identiteettiä. (Helsingin kaupunki 2010.) Toisaalta on myös tutkittu, että yhä useampi on mahdollista toteuttaa asumisen unelmiaan jo ensiasuntoa ostaessaan, esimerkiksi lainansaantimahdollisuuksien helpotuttua (Helsingin kaupunki 2010).

Erilaistuvien tarpeiden ja elämäntapojen muuntumisen ohella tärkeinä megatrendeinä voidaan havaita myös talouteen ja teknologiaan liittyviä kehityssuuntia. *Globalisaatio* vaikuttaa myös asumiseen, sillä trendit ja muoti-ilmiöt omaksutaan yhä nopeammin ympäröivästä maailmasta. Trendeinä voidaankin havaita asumisen moninaistumista, mutta yhtäältä kansainvälisesti myös yhtenäistymistä asumisessa. Globalisaatio esi-

<sup>9</sup> Voidaan puhua esimerkiksi *elämäntilannevuokralaisista ja asumisesta urana* (Juntto 2008).

merkiksi näyttäytyy asuntomarkkinoiden laajenemisena, sillä esimerkiksi niin kutsuttua kakkosasuntoa etsitään entistä helpommin myös ulkomailta. Tällaista *monikotisuutta* lisäävät työelämän ja vapaa-ajan muutokset.

*Teknologiaan liittyvät megatrendit* taas voivat olla hyvin mullistavia ja todennäköisesti jopa sellaisia, joita on mahdotonta etukäteen ennustaa. Todennäköisesti tieto- ja viestintäteknikka sekä taloautomaatio tulevat kehittymään valtavasti. Myös bioalan uskotaan valtaavan alaa asuntomarkkinoilta. Tulevaisuuden kodeissa voi olla esimerkiksi biotunnistimia, ”talon omaa älykkyyttä” sekä sellaisia laitteita, joista emme vielä tiedä mitään. (Kiinteistöliitto 2005; Juntto 2008.)

Myös *turvallisuus* ja *riskit* ovat asumiseen vaikuttavia megatrendejä. Ympäristöongelmista on tiedotettu lähivuosina entistä enemmän ja sitä kautta myös kuluttajien tieto ympäristöhaitoista riskinä on lisääntynyt. *Eettisyys* ja *ekologisuuskin* ovat alkaneet kiinnostaa kuluttajia ja siksi ne vaikuttavat laajalti myös asumiseen. Samoin riski turvallisuudesta on kehityssuunta, joka on vahvasti havaittavissa. Turvallisuushakuisuudesta on tehty brandi, jota myydään kuluttajille välttämättömänä selviytymistuotteena aikana, jolloin terrorismi on lisääntynyt. Turvallisuushakuisuuden nimissä puhutaan jopa ajasta ennen ja jälkeen World Trade Centerin iskuja. (Kiinteistöliitto 2005.)

Useissa asumisen megatrendeissa on havaittavissa niiden tiivis liittyminen toisiinsa. Liikkuvaan elämäntapaan esimerkiksi liittyvät globalisaation vaikutukset ja toisaalta erilaistuvat tarpeet taas vaikuttavat yhteiskunnan muuttumiseen yhä enemmän 24/7-taloudeksi. Osa trendeistä toteutuu todennäköisesti nopeasti ja lyhyellä aikavälillä, mutta suuri osa asumiseen liittyvistä trendeistä toteutuu kuitenkin hyvin todennäköisesti vasta pitemmällä aikavälillä. Asuntokannan muutokset tapahtuvat esimerkiksi hyvin hitaasti, sillä yhden asunnon elinkaari voi kestää jopa satoja vuosia ja asuntojen suunnittelukin vaatii vuosia ennen kuin asunto on valmis asuttavaksi. Ihmisten asenteet taas voivat muuttua lyhyelläkin aikavälillä, kun uusia suuntauksia omaksutaan esimerkiksi ulkomailta. (Juntto 2008.) Trendejä tarkasteltaessa on huomioitava, että asumiseen liittyvät megatrendit voivat olla mahdollisuuksien ohella uhkia ja etteivät trendit välttämättä toteudu niin kuin niiden on ennustettu toteutuvan eli trendit voivat taittua. Trendit kuitenkin aiheuttavat muutospainetta yhteiskunnalle ja asuntosuunnittelulle, mutta toisaalta myös muille, jotka toimivat asuntoon liittyvillä aloilla.

## 8 TUTKIMUKSEN KUVAUS

### 8.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksemme tarkoituksena oli selvittää toimeksiantajamme OVV:n asiakkaiden toiveita ja unelmia asumisessa sekä OVV:n asiakkaiden asiakastyytyväisyyttä. Tarkoituksena oli selvittää eri tekijöiden vaikutusta asiakaspalvelukokemuksen muodostumiseen sekä OVV:n asiakkaiden tämän hetkistä tyytyväisyystasoa. Lisäksi pyrimme saamaan selville, miten OVV:n toimintaa voitaisiin kehittää myös jatkossa.

Lisäksi tutkimuksemme tavoitteena oli antaa toimeksiantajallemme OVV:lle lisätietoa asiakkaiden asumiseen liittyvistä tarpeista ja toiveista, jotta OVV voi hyödyntää tätä tietoa toiminnassaan. Tarkoituksena oli myös löytää asumisen valintoihin, toiveisiin ja unelmiin liittyviä eroavaisuuksia eri ikäryhmien välillä. Tavoitteena oli lisäksi antaa OVV:lle tietoa erityisesti tulevaisuuden asumiseen liittyvistä teemoista. Tarkoituksena oli myös selvittää suomalaisten asumiseen liittyviä valintoja ja arvostuksia, jotta asuntomarkkinat voivat vastata paremmin asukkaiden ja asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin.

### 8.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksemme empiirisen osan luonne on *kvantitatiivinen*, mutta tutkimuksessamme on myös osioita, jotka muistuttavat enemmän *kvalitatiivista* tutkimusta. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus perustuu positivismiin, jossa korostetaan tiedon perusteluja, luotettavuutta ja yksiselitteisyyttä (Kananen 2008). Kvantitatiivinen tutkimus perustuu myös mittaamiseen: ilmiöiden välisiä suhteita pyritään selvittämään numerojen ja tilastojen avulla. Määrällisessä tutkimuksessa pyritäänkin yleistämään tutkimustuloksia vastaamaan koko perusjoukkoa. (Heikkilä 2005.) Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa pääpaino taas on todellisen elämän kuvailemisessa, ymmärtämisessä ja merkitysten luomisessa (Hirsjärvi ym. 2000). Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan analysoida suurten otoskokojen vastauksia, kun taas kvalitatiivinen tutkimus sopii paremmin pienille vastaajajoukoille.

Nämä kaksi tutkimuksen suuntausta, kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus, ovat kuitenkin usein toisiaan täydentäviä, eivät poissulkevia tai vastakohtia toisilleen. (Hirsjärvi ym. 2000). Olemmekin käyttäneet tutkimuksessamme näitä molempia tutkimuksen suuntauksia, jotta voimme parhaiten mitata ja kuvata sekä ymmärtää syvällisesti tutkimuksemme kohteena olevia asioita. Olemme käyttäneet tutkimuksessamme enemmän kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, jotta saimme selvitettyä suhteellisen suuren otoksen mielipiteitä OVV:n toiminnasta sekä asumisen tulevaisuudesta. Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla taas pystyimme saamaan vastaajilta syvällisempää tietoa esimerkiksi heidän toiveistaan ja unelmistaan asumisessa. Haasteen näiden tutkimusmenetelmien käyttämiselle loi tutkimuksemme ennustava ja kuvaileva osuus, jossa käsittelemme asumisen tulevaisuutta toiveiden ja unelmien valossa.

### 8.3 Tutkimuksen kohderyhmä

Toimeksiantajallamme on kaksi kohderyhmää: vuokra-asunnon hakijat ja vuokra-asunnon tarjoajat. Perehdymme poikkileikkaustutkimuksessamme ainoastaan niihin asiakkaisiin, jotka ovat hakeneet OVV:n kautta asuntoa. Kohderyhmästämme osalla toimeksianto oli jo päättynyt ja osa vasta haki asuntoa OVV:n kautta. Tutkimuksettamme rajattiin vuotta 2008 vanhemmat toimeksiannot, jotta tutkimukseemme valikoituisi mukaan asiakkaita, jotka ovat käyttäneet OVV:n palveluja suhteellisen vähän aikaa sitten. Kohderyhmästämme huomiomme kohteena olivat erityisesti 18–25 -vuotiaat nuoret, sillä juuri nuoret muodostavat suurimman osan OVV:n asiakaskunnasta ja toimeksiantajamme halusi lisätietoa erityisesti nuorten asumisen tarpeista, toiveista ja unelmista.

### 8.4 Tutkimusaineiston kerääminen, otanta ja aikataulu

Tutkimuksemme toteutettiin survey-tutkimuksena, joka tarkoittaa suunnitelmallisesti toteutettua kyselytutkimusta. Lisäksi survey-tutkimus tuottaa tietoa tulevaisuuteen ja nykytilan päätöksentekoon. (Heikkilä 2005, 18–19.) Kyselylomakkeen työstäminen aloitettiin joulukuussa 2009. Tutkimusaineisto kerättiin Internetin kautta www-kyselynä Webropol-ohjelman avulla helmi-maaliskuun vaihteessa 2010. Päätimme toteuttaa tutkimuksemme www-kyselynä, sillä www-kysely on kustannustehokas vaihtoehto, joka on helppo ja nopea toteuttaa. Lisäksi www-kysely oli toimeksiantajallemme parhaiten soveltuva vaihtoehto.

Lähetimme kyselyyn osallistujille saatekirjeen ja linkin [www-kyselyyn](#) sähköpostitse. Jokaisella vastaajalla oli oma henkilökohtainen linkki kyselyyn, jonka Webropol- ohjelma lisäsi kunkin henkilön saatekirjeen loppuun. Kysely lähetettiin ensin yhteensä 400:lle OVV:n asiakkaalle OVV:n asiakasrekisteriä hyödyntäen. Koska vastauksia ei kertynyt paljoa, lähetimme muistutuskirjeen kaikille vastaamatta jättäneille viikon kuluttua kyselyn julkaisupäivästä.

Muistutuskirjeen ansiosta vastauksia kertyi muutamia, mutta vastausprosentin ollessa edelleenkin alhainen teimme lisäotoksen. Lisäotos oli suuruudeltaan 500 vastaajaa. Uusilla vastaajilla oli viikko aikaa vastata kyselyymme, ennen kyselyn sulkeutumista. Vastausaikaa ei voitu pidentää, sillä kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin kahden hengen lippupaketit KalPan viimeiseen runkosarjan kotiotteluun ja arvonta oli suoritettava ennen ottelua, joka pelattiin 18.3.2010. KalPan lippujen arvonta suoritettiin 9.3.2010 satunnaisuuteen perustavalla menetelmällä Microsoft Excel -ohjelmaa hyödyntäen.

Kyselyymme vastasi yhteensä 128 vastaajaa, joista 68 vastasi ensimmäisestä otoksesta ja loput lisäotoksesta. Näin ollen vastausprosentiksi muodostui 14,2 %. Suhteellisen alhaiseen vastausprosenttiin syitä etsittäessä mieleen nousi Itä-Suomen hiihtoloman vaikutus (viikko 10), sillä kysely jouduttiin toteuttamaan hiihtolomaviikon aikana, eivätkä vastaajat siksi olleet välttämättä sähköpostitse tavoitettavissa. Lisäksi vastaajien sähköpostiosoitteista ei voitu olla varmoja, ovatko ne ajan tasalla ja edelleen vastaajilla käytössä. Wwv-kyselyssä ongelmallista on juuri se, ettei sähköpostiosoitteiden toimivuudesta ole taetta, eikä voida myöskään tietää, miten aktiivisesti vastaajat tarkistavat sähköpostinsa.

## 8.5 Wwv-kysely ja saatekirje

Vastaajille lähetetty sähköpostiviesti sisälsi saatekirjeen (ks. liite 2) sekä linkin varsinaiseen kyselylomakkeeseen (ks. liite 1), jossa vastaaminen tapahtui. Kyselylomakkeessa oli kolme asiakokonaisuutta, jotka koottiin yhteistyössä toimeksiantajan sekä opinnäytetyön ohjaajan kanssa. Nämä kolme asiakokonaisuutta käsittelivät *OVV:n toimintaa, asiakaspalvelua ja OVV:n onnistumista siinä sekä asumiseen kohdistuvia valintoja ja toiveiden mukaista asumista*. Lisäksi kyselylomakkeessa oli *taustatietoja* koskeva osio. Kyselyssä oli *valmiita vastausvaihtoehtoja sisältäviä kysymyksiä* (mo-

nivalintakysymyksiä sekä asteikkoihin perustuvia kysymyspatteristoja) ja *avoimia kysymyksiä*. Avointen kysymysten vastaukset on koottu kokonaisuudessaan tutkimusraportin liitteeksi 4.

Kysely laadittiin vastaamaan mahdollisimman hyvin toimeksiantajamme toiveita. Lisäksi otimme kyselylomakkeen laadinnassa huomioon teoriaosuudessa aiemmin käsitellyt asiakokonaisuudet. Kyselyssä oli 22 kysymystä, joista 4 oli avointa kysymystä.

Ennen kyselylomakkeen lähettämistä on syytä testata kyselyn toimivuus, jotta siihen voidaan tehdä vielä tarvittavia muutoksia ennen kyselyn varsinaista lähettämistä. Muutoksia voidaan tehdä esimerkiksi rakenteen, vastausvaihtoehtojen tai niiden järjestyksen suhteen. Kyselyn sekä sisällöllinen että tekninen toimivuus testattiinkin etukäteen lähettämällä valitulle joukolle linkki kyselyyn, jotta voitiin varmistua edellä mainituista seikoista ja kyselyn toimivuudesta.

Saatekirjeessä kuvasimme tutkimuksen tavoitteen, esittelimme tutkimuksen toteuttajat ja perustelimme tutkimuksemme tarpeellisuuden. Lisäksi saatekirje sisälsi osoitelähteen, yleiset täyttöohjeet sekä tiedot vastaamisaikataulusta. Saatekirjeessä kerroimme vastaajille myös tietojen ehdottomasta luottamuksellisuudesta. Lisäksi kiitimme etukäteen vastauksista ja kerroimme tarkemmin palkintoina jaettavista KalPa:n lippupaketeista sekä niiden arvonnän suorittamisesta.

## 8.6 Aineiston työstäminen ja analysointi

Analysoimme OVV:n toimintaa ja asiakaspalvelua pääosin kvantitatiivisin menetelmin, kun taas asumisen toiveita ja unelmia analysoimme pääosin kvalitatiivisin menetelmin. Jako kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen analysointitapaan johtui kyselylomakkeemme kysymystyypeistä: avoimia kysymyksiä analysoimme kvalitatiivisin menetelmin, kun taas muut kysymystyypit analysoimme kvantitatiivisin menetelmin. Asumista koskevassa osiossa jaoimme vastaajat lisäksi ikäryhmiin *25-vuotiaat ja nuoremmat* sekä *yli 25-vuotiaat*, jotta saimme OVV:n kannalta olennaista tietoa juuri nuorten asumisen valinnoista sekä asumiseen liittyvistä toiveista ja unelmista. Käytimme tätä ikäryhmiin jakoa kysymyksissä ”*Millainen merkitys seuraavilla asioilla on sinulle asunnon valinnassa*” ja ”*Seuraavana on joukko asumiseen liittyviä väittämiä. Valitse jokaisen väittämän kohdalta omia käsityksiäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto*”.



OVV:n toimintaa ja asiakaspalvelua koskevista asioista emme käyttäneet tätä ikäryhmiin jakoa, sillä olennaisempaa oli antaa OVV:lle tietoa koko otoksesta kuin jakaa asiakkaat heidän ikänsä perusteella eri segmentteihin.

Kyselyn vastaukset tallentuivat Internetiin Webropol-ohjelmaan OVV:n käyttöliittymälle. Webropol-ohjelmasta vastaukset siirrettiin Microsoft Excel -ohjelmaan. Microsoft Excel -ohjelmasta vastaukset siirrettiin edelleen SPSS-ohjelmaan niiden tilastollista analysointia varten.

Käsittelimme ja analysoimme kyselyn vastaukset *SPSS* ja *Microsoft Excel -ohjelmien* avulla. Microsoft Excel on taulukkolaskentaohjelma, jolla voidaan esimerkiksi luoda erilaisia graafisia esityksiä. Käytimme Excel-ohjelmaa taulukoiden muokkaamisessa sekä kuvioiden luomisessa. SPSS-ohjelmalla puolestaan voidaan toteuttaa tilastollisia analyyseja, testata eri tekijöiden välisiä riippuvuussuhteita, luoda havainnollistavia taulukoita ja kuvioita sekä suorittaa tilastollista testaamista. Kuvailuvia SPSS-toimintoja ovat frekvenssijakaumat (*frequencies*), kuvailevat tunnusluvut (*descriptives*), jakauman kuvailu (*explore*) sekä ristiintaulukointi (*crosstabs*) (Heikkilä 2005, 146–147). Hyödynsimme tutkimuksessamme erityisesti frekvenssijakaumia, kuvailevia tunnuslukuja sekä ristiintaulukointia. Kohdissa 10.3, 10.4.1 ja 10.4.2 muodostimme vastausten perusteella keskiarvot, jotta pystyimme vertailemaan sekä ikäryhmien välisiä eroja että koko vastaajajoukon vastauksia keskenään. Yleisarvosanan muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä tutkimme *Spearmanin korrelaatiokertoimen* avulla. Spearmanin korrelaatiokertoimen avulla selvitimme, millainen vaikutus eri asiakaspalvelun osa-alueilla on yleisarvosanan muodostumiseen.

Tilastollisen testauksen yhteydessä käytimme järjestysasteikollisten muuttujien kohdalla *Mann-Whitneyn U-testiä* ja välimatka- ja suhteasteikollisten muuttujien kohdalla keskiarvotestiä (*t-testi*) (taulukot liitteessä 3). Mann-Whitneyn U-testi perustuu järjestyslukuuihin ja sen avulla voidaan havaita nimenomaan jakauman sijainnissa olevia eroavaisuuksia. T-testiä taas voidaan käyttää ainoastaan, jos otos on poimittu perusjoukosta, joka on normaalijakautunut. T-testi soveltuu esimerkiksi yhden otoksen keskiarvon testaamiseen. (Heikkilä 2005, 230; 234.) Tässä tutkimuksessa käytettiin seuraavia tilastollisen merkitsevyyden rajoja:

$p \leq 0,001$	Tulos tilastollisesti erittäin merkitsevä (***)
$0,001 < p \leq 0,01$	Tulos tilastollisesti merkitsevä (**)

0,01 < p ≤ 0,05	Tulos tilastollisesti melkein merkitsevä (*)
0,05 < p ≤ 0,1	Tulos tilastollisesti suuntaa antava/oireellinen

Avointen kysymysten kohdalla taas aloitimme vastausten analysoinnin yksinkertaisen kvantifioinnin avulla, eli laskimme kuinka monta mitäkin vastausta aineistosta nousi esiin. Kvantifioinnin jälkeen järjestelimme aineiston aineistosta esille nousseiden teemojen mukaan eri teemakorteille. Avointen kysymysten työstämiseen käytimme Microsoft Word -ohjelmaa.

## 8.7 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen arviointiin liittyvät kriteerit täytyy huomioida kaikissa tutkimusprosessin eri vaiheissa. Tutkimusta arvioidaan yleisesti kolmella kriteerillä: *luotettavuudella ja ristiriidattomuudella, pätevyydellä sekä objektiivisuudella*. Tutkimuksen arvioinnissa on myös tärkeää tutkimuksen eettisyys. Eettisyydellä tarkoitetaan hyvän tavan mukaisesti toteutettua tutkimusta, jossa esimerkiksi tietosuoja on otettu huomioon.

*Luotettavuus ja ristiriidattomuus* eli *reliabiliteetti* on edellytys tutkimuksen validiteetille. Aineisto ei saa sisältää ristiriitaisuuksia tai sattumanvaraisuuksia eli aineiston tulee olla reliaabeli. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että tutkimus voidaan toistaa samansuuntaisin tuloksin milloin tahansa. Luotettavuus voidaan varmistaa siten, että tutkija on koko tutkimusprosessin ajan tarkka ja kriittinen. (Heikkilä 2005, 30.) Myös analysointimenetelmien oikeanlainen käyttö ja tulkintojen johdonmukaisuus vaikuttavat osaltaan tutkimuksen luotettavuuteen.

Tutkimuksemme kohteena oli 900 OVV:n asiakasta, joista osa oli tällä hetkellä asunnon hakijoina ja osalla puolestaan toimeksianto oli jo päättynyt. Kyselyymme vastasi 128 vastaajaa, joten kyselyn vastausprosentti jäi alhaiseksi. Suhteellisen alhaisesta vastausprosentista johtuen tutkimustuloksia ei voidakaan yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Tämä asettaa tutkimuksen reliabiliteetille haasteen, sillä ei voida varmuudella tietää, ovatko tulokset ei-sattumanvaraisia ja näin ollen pysyviä. Tulokset ovat kuitenkin suuntaa antavia ja siten niiden perusteella voidaan tehdä varovaisia johtopäätöksiä koskemaan koko perusjoukkoa. Lisäksi tutkimustulokset perustuvat tutkimuksen vastauksiin ja ne ovat tarkasti ja huolellisesti analysoituja. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myönteisesti myös se, että tutkijoita oli kaksi, jolloin kaikkia tutkimuksen arviointiin liittyviä kriteerejä voitiin näin ollen parantaa.

Tutkimuksen *pätevyys* eli *validiteetti* puolestaan tarkoittaa sitä, että tutkittu asia todella kuvaa sitä, mitä on lähdetty tutkimaan ja vastaa sitä, mitä sen on haluttu vastaavan (Heikkilä 2005, 29). Validiteetti jakaantuu sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan, että tutkimuksen teoria ja käsitteet ovat sopusoinnussa keskenään. Ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan puolestaan, että aineiston tulkinnoilla ja johtopäätöksillä on pätevä suhde aineiston kanssa. Sekä tutkimuksen sisäisen että ulkoisen validiteetin pitää olla kunnossa. (Eskola & Suoranta 2000.)

Tutkimuksemme validiteetti on hyvä, sillä kyselylomakkeen avulla saatiin mitattua juuri niitä asioita, joita tutkimuksella oli tarkoitus mitata. Kyselylomake laadittiin erittäin tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan kanssa, joten lomakkeesta saatiin lopulta sellainen, että se vastasi parhaiten toimeksiantajan toiveita ja siten siihen saatiin kerättyä ne asiat, joita haluttiinkin mitata. Tutkimuksen teoriaosuus taas on rakennettu tarkasti ja kattavasti täydentämään tutkimuksen empiiristä osiota. Teoriaa on lisäksi käytetty tulosten tulkinnan pohjana. Lisäksi validiteetin varmistamiseksi määrittelimme huolellisesti tutkimuksen teoreettiset käsitteet, kuten asiakastyytyväisyyden, asiakaspalvelun ja asumisen trendit sekä niihin liittyvät asiakokonaisuudet. Otimme validiteetin huomioon myös kyselylomaketta laatiessamme. Näiden seikkojen perusteella uskallammekin todeta, että tutkimuksemme täyttää validiteetin ominaisuudet.

Onnistuneen tutkimuksen kannalta on tärkeää huolehtia myös *objektiivisuudesta* eli *puolueettomuudesta* (Eskola & Suoranta 2000, 18). Tutkijan täytyykin sulkea tutkimuksessaan oma subjektiivisuutensa tutkimuksensa ulkopuolelle. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkija ei saa antaa esimerkiksi oman elämänkatsomuksensa vaikuttaa olennaisesti tutkimuksensa etenemiseen. Tutkimuksen täyttäessä objektiivisuuden vaatimukset tutkijan vaihtaminenkaan ei muuttaisi tutkimuksen tuloksia.

Huolehdimme myös eettisyydestä ja objektiivisuudesta, sillä toteutimme tutkimuksemme hyvän tavan mukaan emmekä esimerkiksi analysoineet vastauksia niin, että yksittäisen vastaajan mielipiteet tulivat esiin. Emme myöskään antaneet omien mielipiteidemme vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Tutkimuksen tulkinnat perustuvatkin ainoastaan saatuihin tuloksiin, joten tutkimuksen objektiivisuus on kunnossa.

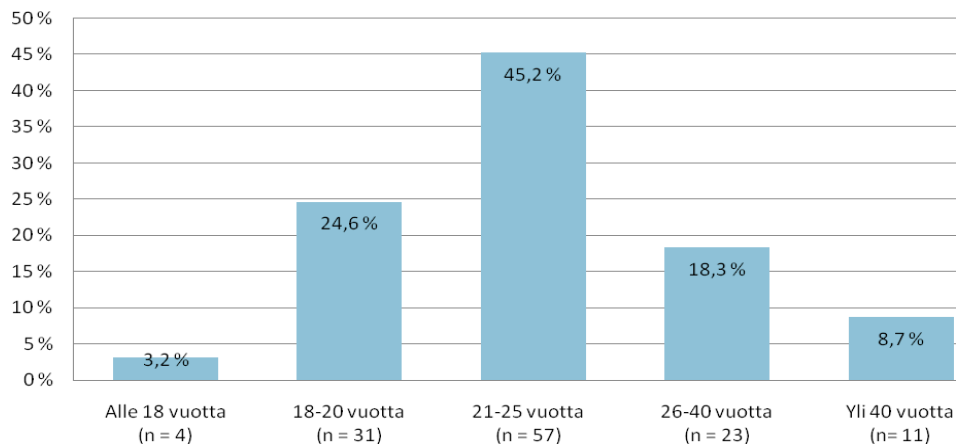
## 9 KYSELYN TULOKSIA

### 9.1 Vastaajien taustatiedot

#### Demografiset taustatiedot

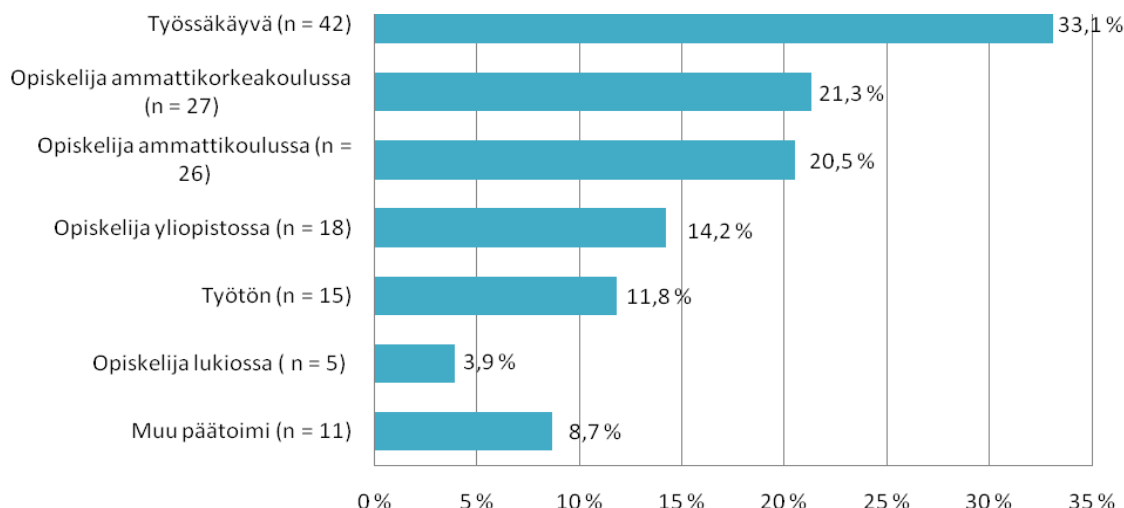
Kyselyyn vastasi yhteensä 128 vastaajaa, joista noin 60 % (n = 77) oli naisia ja hieman alle 40 % (n = 49) miehiä. Sukupuoltansa ei ilmoittanut 1,6 % vastaajista (n = 2).

Nuorten ikäryhmään kuuluvia vastaajia (25-vuotiaat tai nuoremmat) oli 73 % (n = 92) ja vanhempien ikäryhmään kuuluvia vastaajia (yli 25-vuotiaita) 27 % (n = 34). Eniten vastaajia kuului ryhmään välillä 21–25 vuotta (kuvio 2). Ikäänsä ei kertonut 1,6 % vastaajista (n = 2).



Kuvio 2. Vastaajat ikäryhmittäin (n = 126).

Vastaajilta tiedusteltiin myös heidän päätoimeaan (kuvio 3). Tässä kysymyksessä vastaajat saivat valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. Kolmasosa vastaajista ilmoitti *käyvänsä töissä*. *Opiskelijana ammattikorkeakoulussa* ilmoitti olevansa 21,3 % ja *opiskelijana ammattikoulussa* 20,5 % vastaajista. *Yliopisto-opiskelijoita* sen sijaan oli vastaajista hieman vähemmän, vain 14,2 %. *Työttömänä* kyselyn vastaamishetkellä oli hieman yli 11 % vastaajista ja opiskelijana lukiossa vain 3,9 % vastaajista. *Muun päätoimen* ilmoitti 8,7 % vastaajista. Muuna päätoimena vastaajat mainitsivat esimerkiksi vanhempainvapaan, yrittäjyyden ja varusmiespalveluksen.



Kuvio 3. Vastaajien päätoimi.

Kyselyyn vastanneista suurin osa asui kyselyn vastaamishetkellä Pohjois-Savon alueella, sillä *Kuopion* asuinseudukseen valitsi jopa yhdeksän kymmenestä vastaajista ja *muun Pohjois-Savon* hieman alle kymmenen prosenttia vastaajista (ks. taulukko 1). Vain 0,8 % ilmoitti asuvansa *muualla kuin Pohjois-Savon tai Kuopion alueella*. Asuinseutuaan ei ilmoittanut 1,6 % vastaajista (n = 2).

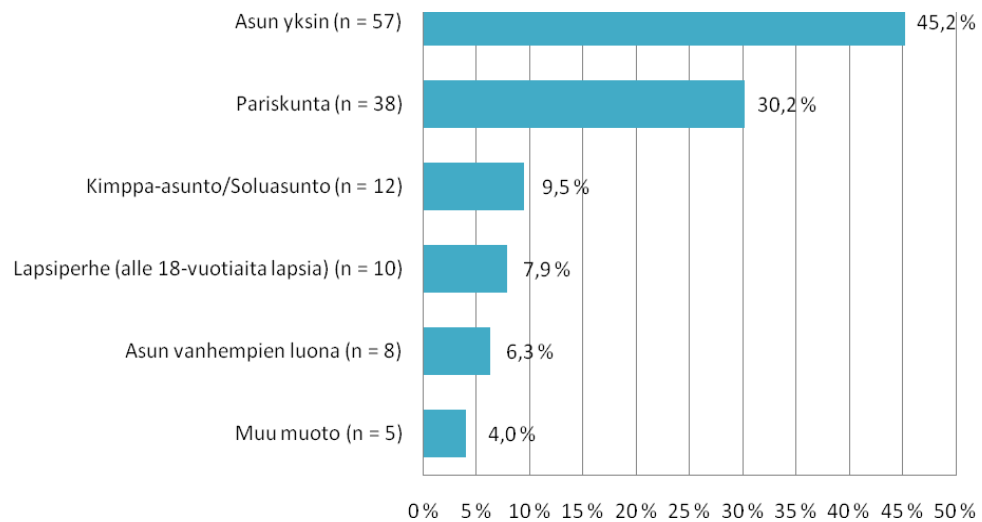
Taulukko 1. Vastaajien asuinseutu (n = 126).

	%
Kuopio	92,1
Muu Pohjois-Savo	7,1
Muu Suomi	0,8
Yhteensä	100

#### Asuntoon liittyvät taustatiedot

Vastaajilta kysyttiin myös heidän asumismuotoaan (kuvio 4). Vastaajat saivat valita myös tämän kysymyksen kohdalla useamman kuin yhden vaihtoehdon. Tyypillisin asuinmuoto oli vaihtoehto *asun yksin*, jonka valitsi miltei puolet vastaajista. Toiseksi tyypillisin asuinmuoto oli vaihtoehto *pariskunta*, jonka kolmasosa vastaajista valitsi asumismuodokseen. Seuraavaksi tyypillisin asumismuoto oli *kimppa-asunto/soluasunto* ja sen jälkeen *lapsiperhe (alle 18-vuotiaita lapsia)*. Toiseksi vähiten

vastaajissa oli *vanhempiensa luona asuvia* (6,3 %). 4 % vastaajista ilmoitti asumismuodokseen jonkun muun kuin edellä mainitut.



Kuvio 4. Vastaajien asumismuoto.

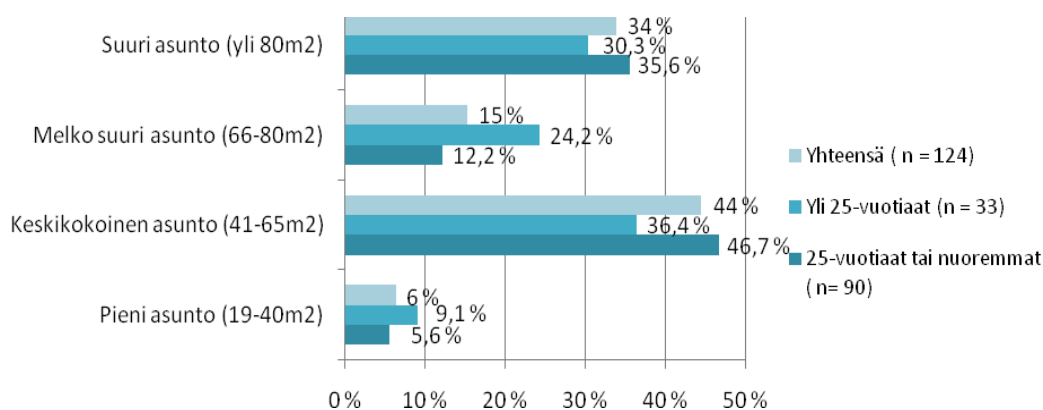
Kyselyyn vastaajilta tiedusteltiin taustatiedoissa myös heidän tämän hetkistä asunnon hallintamuotoaan. Kyselyyn vastanneista jopa 90,6 % (n = 115) ilmoitti asuvansa *vuokralla*. Toiseksi suosituin asunnon hallintamuoto vastaajien keskuudessa oli *omistusasunto*, jossa vastasi asuvansa noin 8 % vastaajista. Vastauksista ilmeni selvästi jo aikaisemmissakin asumisen tutkimuksissa näkynyt selkeä kahtiajako vuokra- ja omistusasumisen välillä, sillä vain 1,6 % vastaajista (n = 2) ilmoitti asunnon hallintamuodoksi *jonkin muun vaihtoehdon* kuin vuokra- tai omistusasunnon. Asunnon hallintamuotoa ei ilmoittanut 0,8 % vastanneista (n = 1).

Asuinaika nykyisessä asunnossa vaihteli vastaajien keskuudessa *muutamasta päivästä reiluun 18 vuoteen*. Yleisin asuinaika vastaajien keskuudessa oli hieman yli kaksi kuukautta ja keskimääräinen asumisaika noin puolitoista vuotta. Kysymykseen asuinaikasta vastasi yhteensä 126 vastaajaa (2 vastausta puuttui).

Vastaajilta tiedusteltiin myös vastaajien asunnon kokoa kysymyksellä, johon sai vapaasti syöttää asunnon arvioidun neliömäärän (kuvio 5). Uudelleenluokittelimme asuntojen koot toimeksiantajamme ohjeistuksen mukaan neljään asunnon kokoluok-

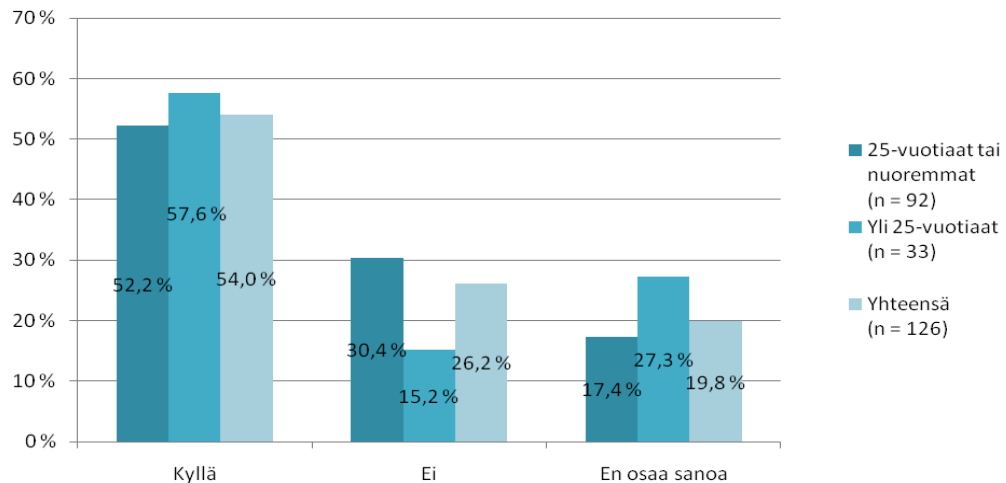
kaan: *pieneen asuntoon* (19–40 m<sup>2</sup>), *keskikokoiseen asuntoon* (41–65 m<sup>2</sup>), *melko suureen asuntoon* (66–80 m<sup>2</sup>) ja *suureen asuntoon* (yli 80 m<sup>2</sup>).

Vastaajista suurin osa asui kyselyn vastaamishetkellä *keskikokoisessa asunnossa*. Seuraavaksi eniten korostui vastausvaihtoehto *suuri asunto*, sillä kaikista vastaajista suuressa asunnossa asui yhteensä noin kolmannes vastaajista. Nämä edellä mainitut asunnon koot korostuivat sekä 25-vuotiaiden tai nuorempien että yli 25-vuotiaiden vastauksissa. Seuraavaksi tyypillisin asunnon koko oli molemmissa ikäryhmissä *melko suuri asunto*, jossa ilmoitti asuvansa yhteensä noin 15 % vastaajista, joista hieman yli puolet oli 25-vuotiaita tai nuorempia. 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmässä korostui yli 25-vuotiaiden ikäryhmää hieman enemmän *pieni asunto*, jossa ilmoitti asuvansa 4 % vastaajista. Yli 25-vuotiaista vastaava luku oli vain 2,4 %.



Kuvio 5. Vastaajien asunnon koko ikäryhmittäin (n = 124).

Kysyimme vastaajilta myös heidän muuttoaikeitaan (ks. kuvio 6). Muuttoaikeita oli hieman enemmän ikäryhmässä yli 25-vuotiaat, sillä heistä miltei kuudella kymmenestä oli muuttoaikeita. 25-vuotiailla tai nuoremmilla muuttoaikeita oli puolestaan hieman yli puolella vastanneista. 25-vuotiaista tai nuoremmista kolmella kymmenestä ei ollut muuttoaikeita tällä hetkellä. Yli 25-vuotiaiden ikäryhmässä muuttoaikeita ei ollut noin 15 %:lla. Kaikista vastanneista muuttoaikeistaan ei osannut sanoa noin neljännes vastanneista. Muuttoaikeisiin liittyvään kysymykseen vastasi yhteensä 126 vastaajaa. Kaksi vastaajaa ei kertonut muuttoaikeistaan (1,6 %).



Kuvio 6. Vastaajien muuttoaiheet ikäryhmittäin (n = 126).

## 9.2 OVV:n toiminta

Selvitimme kyselylomakkeellamme osiossa OVV:n toiminta OVV:n asiakkaiden tyytyväisyyttä ja mielipiteitä OVV:n toiminnasta. Kysymykset käsittelivät OVV:n näkyvyyttä ja arvoja, asiakkaiden kehitysideoita ja yleisarvosanoja OVV:lle sekä uudelleen asiointia ja suosittelua. Käsitlemme asiakkaiden OVV:lle antamaa yleisarvosanaa vasta asiakaspalvelua ja OVV:n onnistumista koskevassa kohdassa (10.3), sillä halusimme samalla testata, mitkä tekijät vaikuttavat erityisesti yleisarvosanan muodostumiseen ja tästä syystä yleisarvosanan käsittely on mielestämme loogisempaa edellä mainitussa kohdassa. OVV:n toimintaa koskevassa kyselylomakkeen osiossa oli kaksi avointa kysymystä, joista toisen avulla tiedusteltiin asiakkaiden kehitysideoita OVV:n toiminnalle ja toisella, miksi asiakkaat eivät olisi valmiita suosittelemaan tai käyttämään OVV:n palveluja uudelleen.

### Näkyvyys

Vastaajilta tiedusteltiin, minkä eri kanavien kautta he olivat saaneet tietää OVV:stä. Vastaajat saivat valita enemmän kuin yhden vastausvaihtoehdon myös tässä kysymyksessä. *Internet* korostui erityisesti vastaajien tiedonsaantivälineenä, sillä lähes 65 % ilmoitti saaneensa tietää OVV:stä jonkin Internet-sivun kautta.

Vastaajista noin 60 % ilmoitti saaneensa tietää OVV:stä *tuttavansa kautta*. Noin 40 % vastaajista taas ilmoitti saaneensa tietoa *OVV:n omilta Internet-sivuilta* ja noin 17 % hakukone *Googlen* avulla. *Koululta ja/tai työpaikalta* tai *Vuokraovi.com -sivuilta* tietoa OVV:stä ilmoitti saaneensa noin 7 % vastaajista. *Lehti-ilmoituksen* kautta sen si-



jaan tietoa OVV:stä ilmoitti saaneensa vain noin 5 % vastaajista. *Muualta* tietoa OVV:stä (0,8 % vastaajista) oli saatu kadun varresta.

### Arvojen välittyminen

Vastaajilta kysyttiin mielipidettä OVV:stä OVV:n omien arvojen avulla, sillä halusimme testata, välittyvätkö OVV:n arvot myös asiakkaille. Vastausvaihtoehdot olivat *täysin samaa mieltä, lähes samaa mieltä, jonkin verran eri mieltä, täysin eri mieltä* ja *en osaa sanoa*. Kysytyt arvot taas olivat *palveleva, luotettava, ammattitaitoinen, nuorekas, tehokas, huolellinen, ihmisistä välittävä* ja *vihreitä arvoja noudattava*. Vastaukset vaihtelivat 125 – 127 vastauksen välillä.

Lähes kaikissa vastauksissa vastaajat olivat joko *täysin* tai *lähes samaa mieltä* OVV:n arvoista. Ainoastaan kohdassa, jossa kysyttiin, onko OVV *vihreitä arvoja noudattava*, suurin osa vastaajista (44 %) valitsi vaihtoehdon *en osaa sanoa* ja vaihtoehdon *jonkin verran eri mieltä* valitsi 9,6 % vastaajista. Kuitenkin toiseksi suurin osa (36,8 %) oli *lähes samaa mieltä* siitä, että OVV *noudattaa vihreitä arvoja*. Myös kohdissa *nuorekas* ja *huolellinen* oli hieman hajontaa vastausten kohdalla, sillä näissä kysymyksissä 9,5 % vastaajista ilmoitti olevansa *jonkin verran eri mieltä* OVV:n arvon kanssa. Arvon *nuorekas* kohdalla myös lähes 13 % vastaajista *ei osannut sanoa*, onko OVV *nuorekas toiminnassaan*.

Eniten *täysin samaa mieltä* oltiin arvosta *palveleva*, sillä lähes 60 % vastaajista valitsi tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi eniten *täysin samaa mieltä* oltiin arvoista *ammattitaitoinen* (49,2 % vastaajista) ja *luotettava* (48,4 % vastaajista). Näiden arvojen kohdalla oltiin myös vähiten *täysin* tai *jonkin verran eri mieltä*.

Vastausten perusteella OVV:n arvot näyttäisivät välittyvän myös asiakkaille. Ainoastaan arvo *vihreitä arvoja noudattava* näyttäisi jäävän hieman epäselväksi OVV:n asiakkaille.

### Kehitysideat

Kyselyyn vastanneilta kysyttiin, millaisia *ideoita* heillä olisi OVV:n *toiminnan kehittämiseksi*. Kysymykseen vastasi yhteensä 35 vastaajaa, joista kolmannes (n = 12) oli sitä mieltä, että OVV:n toiminta on jo sellaisenaan hyvää eikä heillä siis ollut ideoita OVV:n toiminnan kehittämiseksi.

Kysyttäessä vastaajien ideoita OVV:n toiminnan kehittämiseksi 17,1 % vastaajista (n = 6) toivoi OVV:n tarkentavan profiiliansa opiskelijoiden vuokravälittäjänä. Vastauksissa korostui vastaajien tyytymättömyys välityspalkkioiden suuruuteen. Vastaajat korostivat, että koska kyseessä on opiskelijoiden vuokravälitys, välityspalkkioiden tulisi olla paremmin opiskelijoiden talouteen sopivia. Vastaajat kokivat, että välityspalkkiot ovat liian korkeita. Eräs vastaaja ilmaisi mielipiteensä näin:

*”kohtuuton välityspalkkio vuokralaisen maksettavana [on] täysin järjetön.”*

Vastaajat olivat pitkälti myös sitä mieltä, että vuokranantajan tulisi poikkeuksetta maksaa välityspalkkio. Tällä hetkellä välityspalkkion maksaa hakuprosessin käynnistänyt asiakas (joko vuokranantaja tai vuokralainen).<sup>10</sup>

Vastaajat toivoivat OVV:n palveluun myös enemmän toiveiden ja tarpeiden huomioimista, sillä 14,3 % vastaajista (n = 5) esitti, että asunnonhakijan toiveet tulisi ottaa tarkemmin huomioon. Asunnonhakijoille tulisi vastaajien mukaan lähettää tietoa vain sellaisista asunnoista, jotka täsmäävät hakijan hakutoiveisiin:

*”Asuntotarjouksien lähettäminen tulisi muuttaa sellaiseksi, että se [OVV] ei lähettäisi asuntotarjouksia jotka ei täsmää asunnonhakijan toiveisiin (esim. lemmikinomistajille tulee semmoisia asuntotarjouksia joihin ei lemmikkejä saa ottaa).”*

Vastauksissa ilmenikin selvästi jo aikaisemmissa tutkimuksissa korostunut tarpeiden ja toiveiden merkitys asumisessa.

Vastaajista 5,7 % (n = 3) oli sitä mieltä, että OVV:n asuntojen hakuprosessia voisi kehittää. Vastaajat toivoivat esimerkiksi mahdollisuutta täyttää alaikäisen lapsen tiedot omaan kohtaansa asunnon hakulomakkeessa sekä enemmän vuorovaikutusta asunnonomistajan ja/tai asunnon edellisen vuokralaisen kanssa asuntoa koskevista asioista.

---

<sup>10</sup> Välityslain mukaan välityspalkkion maksaa kuitenkin aina toimeksiantaja.

Lisäksi kehitettävää vastaajat löysivät asuntonäyttöjen järjestämisestä, teknillisistä asioista sekä markkinoinnin järjestämisestä. Jälkimarkkinointia OVV:n toimintaan toivoi 2,9 % vastanneista (n = 1):

*”pitäkää yhteyttä säännöllisesti asiakkaisiin ja kyselkää miten on mennyt yms.”*

#### Asiakastyytyväisyys, suosittelu ja uudelleen asiointi

Kysymykseen ”Käyttäisitkö OVV:tä uudestaan” vastasi yhteensä 123 vastaajaa (5 vastausta puuttui) ja kysymykseen ”Suositteletko OVV:tä tuttavillesi” 127 vastaajaa (1 vastaus puuttui). Vastanneista 93,5 % (n=115) kääntyisi OVV:n puoleen uudestaan ja vain 6,5 % (n=8) ei olisi valmis käyttämään OVV:n palveluja uudelleen.

Vastaajat olivat myös erittäin valmiita suosittelemaan OVV:tä tuttavilleen, sillä jopa 96,1 % olisi valmis suosittelemaan OVV:tä ja vain 3,9 % ei olisi valmis suosittelemaan OVV:tä. Sekä yleisarvosana että valmius suositella ja käyttää OVV:n palveluja uudelleen antavat viitteitä siitä, että OVV:n toiminta on asiakkaiden mielestä toimivaa ja onnistunutta.

Selvitimme kyselylomakkeellamme täydentävän avoimen kysymyksen avulla, mikseivät ne vastaajat, jotka vastasivat kielteisesti uudelleen asiointia ja suositustelua koskeviin kysymyksiin, käyttäisi OVV:tä uudestaan tai suosittelee OVV:tä tuttavilleen. Tähän kysymykseen vastasi yhteensä 11 vastaajaa eli 8,6 % kaikista vastaajista.

Kysymykseen vastanneista jopa yli puolet (n = 5) oli sitä mieltä, että OVV:n välityspalkkiot ovat niin suuret, etteivät he sen takia käyttäisi OVV:tä uudestaan tai suosittelee OVV:tä tuttavilleen. Vastaajat ilmaisivat välityspalkkiot esimerkiksi ”kohtuuttomina” tai ”liian kalliina”.

OVV:n palveluun puolestaan tyytymättömiä oli 18,1 % kysymykseen vastanneista (n = 2). Palvelua kuvattiin liian hitaaksi ja keskinkertaiseksi. Saman verran vastanneista ei käyttäisi OVV:tä uudelleen tai suosittelee OVV:tä tuttavilleen, koska OVV ei onnistunut järjestämään heille asuntoa. Lisäksi syinä siihen, miksei OVV:n puoleen kääntyttäisi, oli asunnon etsiminen itse ja toiselle paikkakunnalle muuttaminen.

### 9.3 Asiakaspalvelu ja OVV:n onnistuminen siinä

Asiakaspalvelun eri osa-alueiden merkitystä ja OVV:n onnistumista asiakaspalvelun eri osa-alueissa tutkimme kaksiosaisella kysymyspatteristolla, jossa esitimme ensiksi kysymyksiä *yleisesti asiakaspalvelusta* (10 kysymystä), ja sen jälkeen kysyimme vastaajien mielikuvia siitä, kuinka *OVV on onnistunut* edellä mainituissa *asiakaspalvelun osa-alueissa* (samat 10 kysymystä suunnattuna OVV:n onnistumiseen). Analysointia varten yhdistimme nämä kohdat siten, että joka toinen käsitteli yleisesti vuokravälittäjän palvelussa tärkeinä pidettäviä asioita ja joka toinen vastaavasti OVV:n onnistumista edellä mainittujen kohdalla (ks. kuvio 7).

Kysymyspatteristossa olleita asiakaspalvelun eri osa-alueita olivat: *asiakkaan tarpeiden selvittäminen ja palveleminen näiden tarpeiden mukaisesti, henkilökunnan ystävällinen toiminta, palvelun ammattitaitoisuus, asuntoesittelyjen järjestyminen toiveiden mukaisesti, välitettävien asuntojen taso, asunnon järjestyminen nopeasti, riittävä tietojen saaminen siitä, mitä asiakkaan on tehtävä ennen vuokrasuhteen alkamista ja sen jälkeen, lisäpalvelujen tarjoaminen sekä jälkimarkkinoinnin järjestäminen*. Vastausvaihtoehdot olivat *täysin samaa mieltä, lähes samaa mieltä, jonkin verran eri mieltä ja täysin eri mieltä*. Annoimme vastauksille numeerisen arvon, jotta vastauksia voitiin analysoida keskiarvojen avulla. *Täysin samaa mieltä* vastausvaihtoehto vastasi numeroa 4 ja vastaavasti *täysin eri mieltä* vastasi numeroa 1. Vastauksissa näiden asiakaspalvelun eri osa-alueiden merkityksien välillä ei esiintynyt kuitenkaan kovin paljoa vaihtelua, sillä kaikkien osa-alueen keskiarvot sijoittuivat skaalalle 2,9–3,8. Vastaus-ten lukumäärä vaihteli 125 – 127 vastauksen välillä (kuviossa 7 OVV:tä koskevat asiakaspalvelun eri osa-alueet on esitetty ennen yleisesti tärkeinä pidettäviä asiakaspalvelun osa-alueita).

#### Asiakaspalvelu yleisesti

Tärkeimmiksi asioiksi asiakaspalvelun kannalta vastaajat nostivat *henkilökunnan ystävällisen toiminnan, palvelun ammattitaitoisuuden sekä välittäjän nopean reagoinnin yhteydenottoopyyntöihin*. Näiden kaikkien keskiarvo oli 3,8. Vastaajat pitivät tärkeänä myös, että *välittäjä selvittää asiakkaan tarpeet ja palvelee asiakasta näiden tarpeiden mukaisesti* (keskiarvo 3,7). Vastaajat nostivat tärkeäksi myös sen, että *asiakas saa riittävät tiedot siitä, mitä hänen tulee tehdä ennen vuokrasuhteen syntymistä ja sen jälkeen* (keskiarvo 3,7).

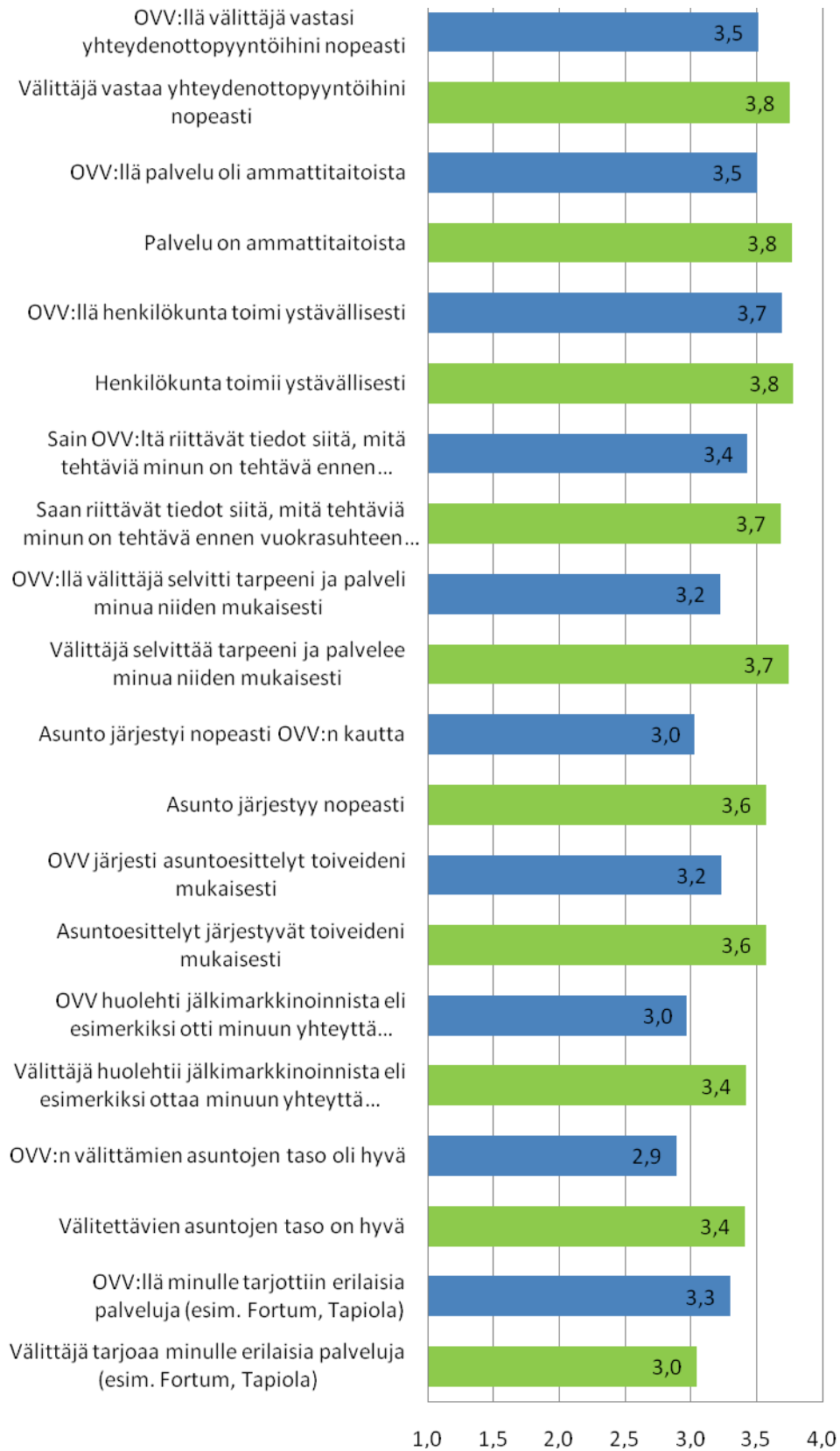
Asiakaspalvelun eri osa-alueista vähiten tärkeinä vastaajat pitivät *lisäpalvelujen tarjoamista* (keskiarvo 3,0) sekä *asuntojen hyvää tasoa* (keskiarvo 3,4). Yllättävää oli, että vastaajat nostivat selvästi tärkeämmäksi ystävällisen ja ammattitaitoisen toiminnan kuin asuntojen hyvän tason. Tämä kertoo osaavan ja ystävällisen asiakaspalvelun tärkeydestä yrityksen menestymisen kannalta. Nykypäivänä asiakkaat odottavat ja arvostavat hyvin toimivaa sekä osaavaa asiakaspalvelua.

#### OVV:n onnistuminen asiakaspalvelussa

Vastaajat olivat sitä mieltä, että OVV:n *henkilökunta toimii ystävällisesti* (keskiarvo 3,7). Samoin vastaajat kokivat, että OVV:n *reagointi yhteydenottoopyyntöihin on ollut nopeaa* (keskiarvo 3,5) ja myös OVV:n *palvelu koettiin ammattitaitoiseksi* (keskiarvo 3,5).

Tarkasteltaessa vastausten samankaltaisuutta tai eroavaisuuksia OVV:n toiminnan ja yleisesti tärkeinä pidettävien asioiden kohdalla, eniten vaihtelua näiden kahden välillä esiintyi OVV:n välittämien asuntojen tasossa sekä asiakkaiden tarpeiden huomioimisessa ja asuntojen nopeassa järjestymisessä. Näiden vastausten keskiarvojen kohdalla oli eroa 0,5–0,6 yksikköä. Vastaajat esimerkiksi kokivat, että OVV:llä välittäjä ei selvittä asiakkaiden tarpeita niin hyvin, kuin asiakas yleisesti toivoisi. Myös asuntojen nopeaa järjestymistä verrattaessa vastaajat kokivat, että asunto ei järjesty OVV:ltä aivan niin nopeasti kuin asiakkaat toivoisivat.

Tämän kysymyspatteriston kohdalla jaoinme lisäksi vastaajat ikäryhmiin 25-vuotiaat tai nuoremmat ja yli 25-vuotiaat, joiden väliltä halusimme testata tarkemmin tilastollisesti merkittäviä eroja. Tilastollisen testaamisen avulla näiden ryhmien vastausten välillä ei löytynyt eroavaisuuksia, lukuun ottamatta kohtaa *OVV:llä välittäjä selvitti tarpeeni ja palveli minua niiden mukaisesti*, jonka kohdalla ryhmien mielipiteiden välillä on tilastollisesti melkein merkitsevä ero (Mann-Whitneyn U-testi,  $p=0,040$ , liite 3 kohta 3).



Kuvio 7. Asiakaspalvelu ja OVV:n onnistuminen siinä ( $n = 125 - 127$ ).

### Yleisarvosana

Kysymykseen ”Minkä yleisarvosanan antaisit OVV:lle” vastasi yhteensä 126 vastaajaa (2 vastausta puuttui). Kyselyyn vastanneet olivat kaiken kaikkiaan tyytyväisiä OVV:n toimintaan, sillä jopa yhdeksän kymmenestä vastaajasta piti OVV:n toimintaa joko *erinomaisena* tai *hyvänä* (ks. taulukko 2). Selkeä enemmistö vastanneista antoi OVV:lle yleisarvosanaksi arvosanan *hyvä*. *Erinomaisena* OVV:tä puolestaan piti 18,3 % vastanneista. 4,8 % vastanneista piti OVV:tä *kohtalaisena* ja vain 0,8 % antoi OVV:lle arvosanan *huono*. Kaksi vastaajaa (1,6 %) ei osannut määritellä yleisarvosanaa OVV:lle. Asiakkaiden mielestä OVV:n toiminta kokonaisuudessaan näyttäisi olevan hyvällä tasolla.

	%
Erinomainen	18,3
Hyvä	74,6
Kohtalainen	4,8
Huono	0,8
En osaa sanoa	1,6
Yhteensä	100

Taulukko 2. *Yleisarvosana OVV:lle (n = 126).*

### Asiakaspalvelun eri osa-alueiden vaikutus yleisarvosanaan

Halusimme testata asiakaspalvelun eri osa-alueiden vaikutusta yleisarvosanan muodostumiseen (ks. taulukko 3). Kaikki kysymämme asiakaspalvelun eri osa-alueet vaikuttavat yleisarvosanan muodostumiseen positiivisesti. Voimakkaimmin yleisarvosanan muodostumiseen vaikuttaa kohta ”*Sain OVV:ltä riittävät tiedot siitä, mitä tehtäviä minun on tehtävä ennen vuokrasuhteen alkamista ja sen jälkeen*” (korrelaatiokerroin 0,536). Seuraavaksi eniten yleisarvosanaan vaikuttaa kohta ”*OVV:n välittämien asuntojen taso oli hyvä*”(korrelaatiokerroin 0,482). Kohta ”*OVV:llä välittäjä selvitti tarpeeni ja palveli minua niiden mukaisesti*” (korrelaatiokerroin 0,461) vaikuttaa kolmanneksi eniten yleisarvosanan muodostumiseen. Vähiten yleisarvosanaan vaikuttaa kohta ”*OVV järjesti asuntoesittelyt toiveideni mukaisesti*” (korrelaatiokerroin 0,242).

	Minkä yleisarvosanan antaisit OVV:lle?	
Sain OVV:ltä riittävät tiedot siitä, mitä tehtäviä minun on tehtävä ennen vuokrasuhteen alkamista ja sen jälkeen	Korrelataatio	,536
	Merkitsevyystaso	,000
OVV:n välittämien asuntojen taso oli hyvä	Korrelataatio	,482
	Merkitsevyystaso	,000
OVV:llä välittäjä selvitti tarpeeni ja palveli minua niiden mukaisesti	Korrelataatio	,461
	Merkitsevyystaso	,000
Asunto järjestyi nopeasti OVV:n kautta	Korrelataatio	,442
	Merkitsevyystaso	,000
OVV:llä palvelu oli ammattitaitoista	Korrelataatio	,377
	Merkitsevyystaso	,000
OVV:llä minulle tarjottiin erilaisia palveluja (esim. Fortum, Tapiola)	Korrelataatio	,325
	Merkitsevyystaso	,000
OVV:llä henkilökunta toimi ystävällisesti	Korrelataatio	,320
	Merkitsevyystaso	,000
OVV huolehti jälkimarkkinoinnista eli esimerkiksi otti minuun yhteyttä vuokrasopimuksen synnyttyä tai huolehti ongelmatilanteista	Korrelataatio	,306
	Merkitsevyystaso	,001
OVV:llä välittäjä vastasi yhteydenottopyyntöihini nopeasti	Korrelataatio	,253
	Merkitsevyystaso	,005
OVV järjesti asuntoesittelyt toiveideni mukaisesti	Korrelataatio	,242
	Merkitsevyystaso	,007

Taulukko 3. Asiakaspalvelun eri osa-alueiden vaikutus yleisarvosanaan  
( $n = 123-124$ ).

#### 9.4 Asumiseen kohdistuvat valinnat ja toiveiden mukainen asuminen

##### Asumisen valintaan vaikuttavat tekijät

Tutkimme asumiseen kohdistuvia valintoja ja toiveiden mukaista asumista kysymällä vastaajilta kuinka suuri merkitys eri asumiseen liittyvillä asioilla on vastaajille (ks. kuvio 8). Kysymykset liittyivät esimerkiksi *asunnon sijaintiin, kokoon ja hintaan/vuokraan, asunnon ominaisuuksiin* (esimerkiksi *muokattavuus, kunto, ja varustus*) sekä *asuinalueen eri ominaisuuksiin* (esimerkiksi *asuinalueen rauhallisuus, turvallisuus, luonnonläheisyys ja palvelujen läheisyys*). Vastausvaihtoehdot kysymyksiin olivat *todella suuri, melko suuri, melko pieni, pieni ja ei merkitse lainkaan*. Annoimme näille vastausvaihtoehdoille numeeriset arvot, jotta vastauksia voitiin analysoida keskiarvojen avulla. *Todella suuri* vastausvaihtoehto vastasi numeroa 5 ja vastaavasti



*ei merkitse lainkaan* vastasi numeroa 1. Kaikkien vastausten keskiarvot sijoittuivat skaalalle 2,4–4,7, joten asumiseen liittyvissä valinnoissa ja toiveiden mukaisessa asumisessa eri asioiden merkityksien välillä oli huomattaviakin eroavaisuuksia. Vastausten lukumäärät vaihtelivat 123 – 127 vastauksen välillä.

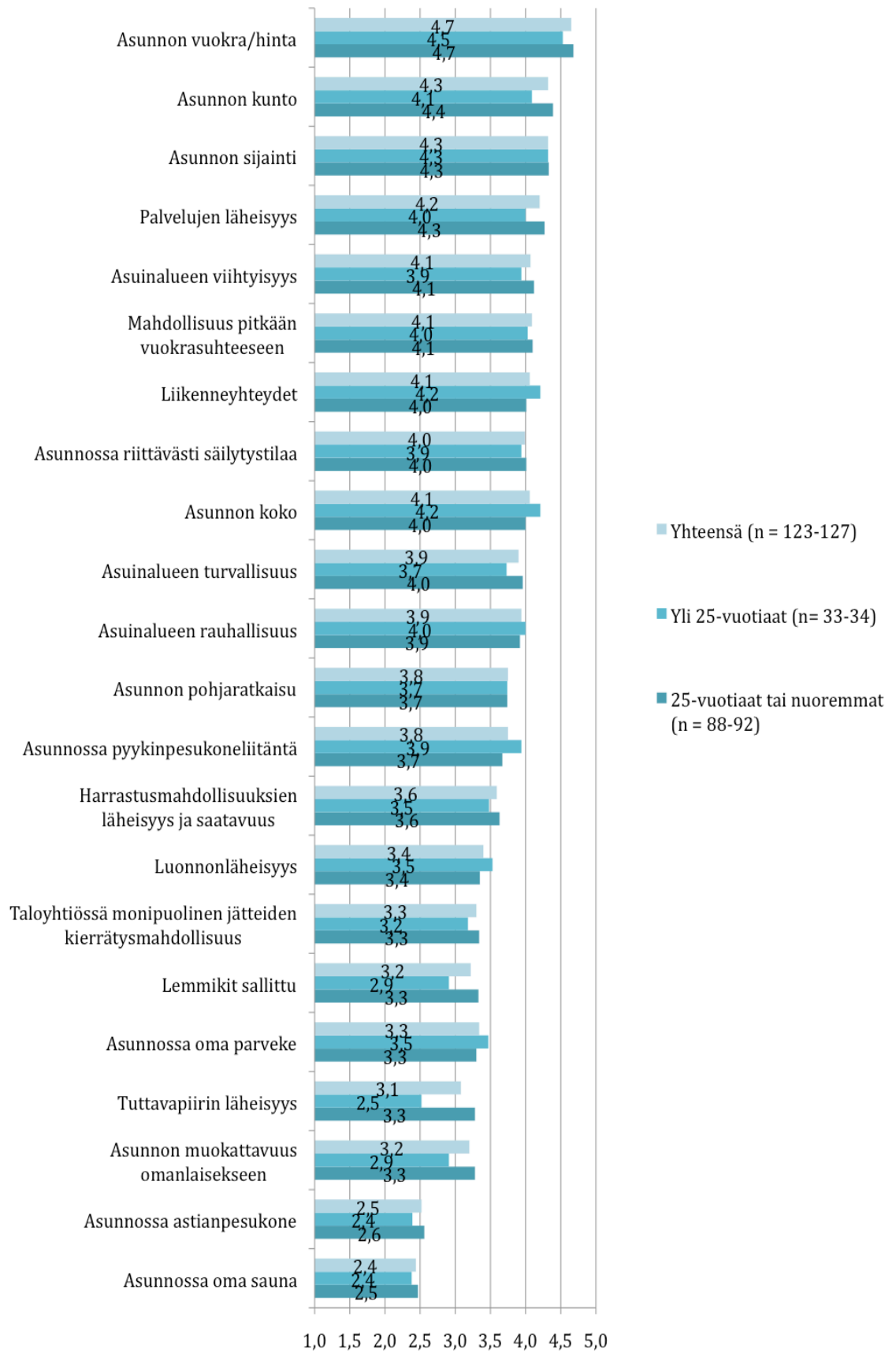
Tutkimme asumiseen kohdistuvia valintoja ja toiveiden mukaista asumista myös ikäryhmien vastausten vertailun kautta, sillä halusimme tietää esiintyykö 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmässä vaihtelua yli 25-vuotiaiden ikäryhmään nähden. Tilastollisesti testattaessa ikäryhmien välillä ei esiintynyt kuitenkaan tilastollisesti merkittävää vaihtelua kuin ainoastaan kohdassa, jossa kysyttiin *tuttavapiirin läheisyyden* merkitystä (Mann-Whitneyn U-testi). 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmässä tuttavapiirin läheisyyden merkitys oli huomattavasti yli 25-vuotiaiden ikäryhmää suurempi (25-vuotiaat tai nuoremmat keskiarvo 3,3 ja yli 25-vuotiaat keskiarvo 2,5). Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä (Mann-Whitneyn U-testi,  $p=0,012$ , ks. liite 3 kohta 1).

Molemmissa ikäryhmissä suurin merkitys oli selkeästi *asunnon vuokralla/hinnalla* (ikäryhmien yhteinen keskiarvo 4,7). 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmässä asunnon vuokran/hinnan merkitys (keskiarvo 4,7) asumiseen oli hieman yli 25-vuotiaita suurempi (keskiarvo 4,5). Seuraavaksi merkittävimmäksi asumiseen liittyväksi asiaksi nousi molempien ikäryhmien vastauksissa *asunnon kunto* ja *asunnon sijainti* (keskiarvot molemmissa kohdissa 4,3). Asunnon kunnon merkitys oli 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmässä (keskiarvo 4,4) hieman yli 25-vuotiaita suurempi (keskiarvo 4,1), kun taas asunnon sijainnin merkitys oli molemmissa ikäryhmissä lähes sama. Myös *palvelujen läheisyys* (ikäryhmien yhteinen keskiarvo 4,2) ja *mahdollisuus pitkään vuokrasuhteeseen* (ikäryhmien yhteinen keskiarvo 4,1) nousivat molemmissa ikäryhmissä merkittäviksi asioiksi. Palvelujen läheisyyden merkitys kuitenkin korostui 25-vuotiaiden tai nuorempien vastauksissa hieman enemmän kuin yli 25-vuotiaiden vastauksissa.

25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmässä esille nousi selkeästi merkittävinä tekijöinä *asuinalueen turvallisuus*, *harrastemahdollisuuksien läheisyys*, *asunnon muokattavuus* sekä se, että asunnossa on *astianpesukone* ja, että *lemmikit on sallittu* asunnossa. Yli 25-vuotiaiden ikäryhmässä nousi 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmää enemmän esille *liikenneyhteyksien tärkeys*, *asunnon koko*, *asuinalueen rauhallisuus*, *asunnon*

*pyykinpesukoneliitääntä, luonnonläheisyys sekä oma parveke*. Näistä asioista on selkeästi huomattavissa, kuinka vastaajien elämäntilanne vaikuttaa vastauksiin.

Vähiten merkittäväksi asiaksi kaikkien vastausten perusteella nousi se, että asunnossa on *oma sauna* (ikäryhmien yhteinen keskiarvo 2,4). Vastausten kannalta on yllättävää, että suomalaisille tyypillisesti tärkeä *sauna* jäi vastauksissa merkitykseltään vähäisimmäksi. Toiseksi vähiten merkitystä kaikkien vastausten perusteella oli taas *astianpesukoneliitännällä* (ikäryhmien yhteinen keskiarvo 2,5). Näiden kahden edellä mainitun kohdan keskiarvot olivat selkeästi muita kohtia pienempiä. Seuraavaksi vähiten merkitystä kaikkien vastausten perusteella oli *tuttavapiirin läheisyydellä* (ikäryhmien yhteinen keskiarvo 3,1) ja *asunnon muokattavuudella* (ikäryhmien yhteinen keskiarvo 3,2). Sekä tuttavapiirin läheisyyden että myös asunnon muokattavuuden kohdalla selkeästi suurempi merkitys asumisen valintoihin oli 25-vuotiailla tai nuoremmilla kuin yli 25-vuotiailla.



Kuvio 8. Asunnon valintaan vaikuttavat tekijät (n = 123–127).

### Asumiseen kohdistuvat väittämät

Halusimme tutkia 25-vuotiaiden tai nuorempien ja yli 25-vuotiaiden suhtautumista asumiseen erilaisten asumista kuvaavien väittämien avulla. Väittämät käsittelivät *kimppa-asumista, asuntojen tarjontaa, vuokra-asumista, asumistoiveita ja huolia, yksilöllisyyden ja elämäntilanteen vaikutusta asumisvalintoihin sekä asuinalueita*. Vastausvaihtoehdot tässä kysymyksessä olivat *täysin samaa mieltä, lähes samaa mieltä, melko eri mieltä ja täysin eri mieltä*. Uudelleenluokittelimme aineiston siten, että vastausvaihtoehto *täysin samaa mieltä* sai arvon 4 ja vastausvaihtoehto *täysin eri mieltä* arvon 1. Selvitimme näiden ikäryhmien eroavaisuuksia tilastollisen testauksen sekä keskiarvojen avulla. Vastaukset vaihtelivat väittämien kohdalla 112 – 121 vastauksen välillä (ks. kuvio 9).

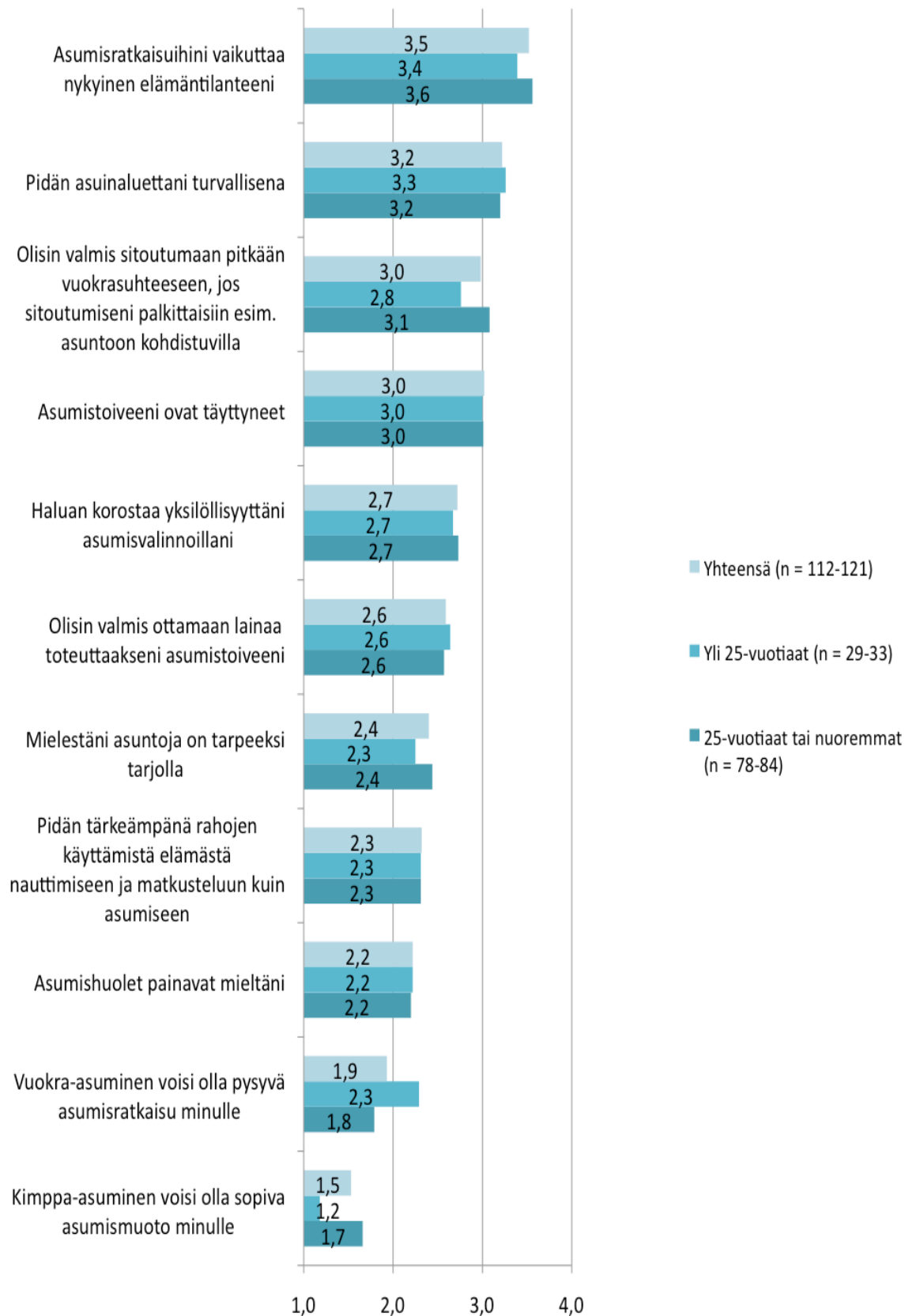
Keskiarvoja tarkasteltaessa suurin ero 25-vuotiaiden tai nuorempien ja yli 25-vuotiaiden ikäryhmien välillä oli väittämän ”*Vuokra-asuminen voisi olla pysyvä ratkaisu minulle*” kohdalla. 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmän kohdalla keskiarvoksi muodostui 1,8, kun taas yli 25-vuotiaiden kohdalla vastaava luku oli jopa 2,3. Aiemmista tutkimuksista poiketen tämän kyselyn kohdalla nuorten kiinnostus vuokra-asumista kohtaan on vanhempaa ikäryhmää pienempi. Ikäryhmien yhteiseksi keskiarvoksi muodostui 1,9, joten vuokra-asumista ei kuitenkaan nähdä tässä otoksessa kovin pysyvänä asumisratkaisuna. Myös väittämän ”*Kimppa-asuminen voisi olla pysyvä asumismuoto minulle*” kohdalla ikäryhmien 25-vuotiaat tai nuoremmat ja yli 25-vuotiaat keskiarvojen kohdalla oli suuri ero. 25-vuotiaiden tai nuorempien ikäryhmän keskiarvo tämän väittämän kohdalla oli 1,7 ja yli 25-vuotiaiden taas 1,2.

Suurimman keskiarvon sai sekä 25-vuotiaiden tai nuorempien ja yli 25-vuotiaiden ikäryhmissä väittämä ”*Asumisratkaisuihini vaikuttaa nykyinen elämäntilanteeni*”. Alle 25-vuotiaiden ja nuorempien ikäryhmän keskiarvo tämän väittämän kohdalla oli 3,6 ja yli 25-vuotiaiden ikäryhmän 3,4. Alhaisimman keskiarvon taas sai sekä 25-vuotiaiden tai nuorempien ja yli 25-vuotiaiden ikäryhmissä väittämä ”*Kimppa-asuminen voisi olla sopiva asumismuoto minulle*”.

Väittämien ”*Olisin valmis ottamaan lainaa toteuttaakseni asumistoiveeni*”, ”*Pidän tärkeämpänä rahojen käyttämistä elämästä nauttimiseen ja matkusteluun kuin asumiin*”, ”*Haluan korostaa yksilöllisyyttäni asumisvalinnoillani*”, ”*Asumishuolet painavat mieltäni*” ja ”*Asumistoiveeni ovat täyttyneet*” kohdalla ei esiintynyt eroavai-

suuksia keskiarvoissa eri ikäryhmien kohdalla. Väittämän ”*Olin valmis ottamaan lainaa toteuttaakseni asumistoiveeni*” keskiarvo oli molemmilla ryhmillä 2,6, joten lainan ottamiseen suhtaudutaan molemmissa ryhmissä hieman enemmän myönteisemmin kuin kielteisemmin. Keskiarvon 2,3 sai väittämä ”*Pidän tärkeämpänä rahojen käyttämistä elämästä nauttimiseen ja matkusteluun kuin asumiseen*”, joten asuminen näyttäisi olevan molemmissa ryhmissä hieman muita elämän osa-alueita tärkeämpää. ”*Haluan korostaa yksilöllisyyttäni asumisvalinnoillani*” väittämän kohdalla molempien ryhmien keskiarvot olivat 2,7, joten yksilöllisyys näyttäisi olevan melko tärkeää vastaajille. Vastaajilla ei näyttäisi olevan kyselyn vastaamishetkellä asumishuolia, sillä väittämän ”*Asumishuolet painavat mieltäni*” keskiarvo oli 2,2 ja väittämän ”*Asumistoiveeni ovat täyttyneet*” jopa 3,0.

Tilastollisen testaamisen mukaan ikäryhmien 25-vuotiaat tai nuoremmat ja yli 25-vuotiaat välillä ei löytynyt eroavaisuuksia, lukuun ottamatta kohtaa ”*Kimppa-asuminen voisi olla sopiva asumismuoto minulle*”, jonka kohdalla ryhmien mielipiteiden välillä oli tilastollisesti merkitsevä eroavaisuus (Mann-Whitneyn U-testi,  $p=0,005$ , liite 3 kohta 2).



Kuvio 9. Asumiseen liittyvät väittämät (n = 112–121).

### Unelmien mukainen asuminen

Halusimme selvittää vastaajien toiveiden ja unelmien mukaista asumista kahdella avoimella kysymyksellä ”*Missä ja miten toivoisit asuvasi 10 vuoden kuluttua?*” ja ”*Mitä toivot unelmiesi asumiselta?*”. Näistä ensimmäiseen vastasi yhteensä 102 vastaajaa ja jälkimmäiseen 86 vastaajaa.

Kysymyksen ”*Missä ja miten toivoisit asuvasi 10 vuoden kuluttua?*” vastaukset jakautuivat seuraaviin teemoihin: *toiveiden mukaisen asunnon talotyyppi ja hallintamuoto, asuntoon ja asuinalueeseen liittyvät ominaisuudet sekä muut asumiseen vaikuttavat tekijät*. Kysymyksen ”*Mitä toivot unelmiesi asumiselta?*” vastauksissa ei korostunut enää yhtä vahvasti asunnon hallintamuoto tai talotyyppi, vaan vastausten painopiste oli *asuntoon ja asuinalueeseen liittyvissä ominaisuuksissa*.

Avointen kysymysten luotettavuutta arvioitaessa on tärkeää huomioida, että kaikki vastaajat eivät olleet vastauksissaan yhtä yksityiskohtaisia, joten vastausten vertailukelpoisuus on hyvin hankalaa. Kuten myös kappaleessa 8.5 totesimme toiveiden ja unelmien mukaista asumista on hyvin vaikea tutkia, sillä toiveiden realistisuudesta ei ole taetta ja toisaalta emme voi tietää, kuinka loppuun asti harkittuja vastaajien toiveet ovat ja mikä niiden suhde todellisuuteen on.

### Toiveasunto 10 vuoden kuluttua

Vastauksista korostui selkeästi *omistusasuminen* asunnon hallintamuotona, sillä vastaajista jopa 37 % (n = 38) mainitsi toiveasuntonsa hallintamuotona omistusasumisen. *Vuokra-asumisen* hallintamuotona mainitsi vain noin 8 % vastaajista (n = 8). Tämä tukee aiempia tutkimuksia, sillä suomalaiset arvostavat perinteisesti omistusasumista (ks. luku 6.5.1). Vastaajat suosivat myös aiempien tutkimusten tavoin *pientaloasumista* asunnon talotyyppinä. Erityisesti *omakotitaloasuminen* oli vastaajien toiveissa 10 vuoden kuluttua, sillä jopa 47 % vastanneista (n = 48) mainitsi haluavansa asua tulevaisuudessa omakotitalossa. Toiseksi suosituin talotyyppi oli *rivitalo* yhteensä noin 13 %:lla vastanneista (n = 13) ja vasta rivitaloasumisen jälkeen suosituin talotyyppi oli *kerrostalo*, jonka mainitsi toiveasumismuodokseen 10 vuoden kuluttua vain noin 8 % vastaajista (n = 8). Vastaajista kuitenkin noin 4 % (n = 4) ilmoitti, ettei asunnon talotyyppillä ollut niinkään merkitystä, vaan tärkeämpänä pidettiin *muuta asumiseen liittyviä asioita*, kuten esimerkiksi asuinalueen viihtyisyyttä.

Asuntoon liittyvien ominaisuuksien osalta vastauksissa oli paljon hajontaa eikä asuntoon liittyviä ominaisuuksia korostettu yhtä paljoa kuin asunnon hallintamuotoa tai talotyyppiä. Selkeimmin esille nousi asunnon *hyvä kunto ja tilavuus*, sillä 6 % vastaajista ( $n = 6$ ) ilmoitti haluavansa asua 10 kuluttua hyväkuntoisessa ja/tai tilavassa asunnossa. Muutama vastaaja mainitsi haluavansa asuntoonsa 10 vuoden kuluttua *saunan ja/tai parvekkeen*. Muutama vastaajista mainitsi myös, että haluaisi asuntonsa olevan 10 vuoden kuluttua *vasta remontoitu* ja että asunnon tulisi olla *elämäntilanteeseen nähden sopivan kokoinen*. Kuitenkin vain harva ilmoitti toiveasuntonsa neliömäärää. Myös nämä tulokset tukevat aiemmin aiempia tutkimuksia, sillä elämäntilanteella on katsottu olevan suuri vaikutus asumisvalintoihin (ks. kappale 6.4).

Asuinalueeseen liittyvien ominaisuuksien kohdalla oli enemmän yhtäläisyyksiä vastauksissa kuin asuntoon liittyvien ominaisuuksien kohdalla. Vastauksissa korostui *taajama* tai *haja-asutusalue* suosituimpana asuinalueena, sillä jopa noin 18 % vastaajista ( $n = 18$ ) halusi asua 10 vuoden kuluttua taajamassa tai haja-asutusalueella muutaman kilometrin päässä keskustasta. Noin 6 % vastaajista ( $n = 6$ ) mainitsi haluavansa asua 10 vuoden kuluttua *kaupungin keskustassa*. Vastaajista 8 % ( $n = 8$ ) toivoi asuvansa 10 vuoden kuluttua *perheen kanssa*, joten myös tutkimuksessamme on havaittavissa, että asuminen on vahvasti sidoksissa muihin elämän osa-alueisiin.

Asuinalueeseen liittyvien ominaisuuksien osalta vastaajat korostivat sekä *asuinalueen rauhallisuutta* että *palvelujen läheisyyttä*, sillä jopa 10 % vastaajista mainitsi asuinalueen palvelujen läheisyyden ja/tai asuinalueen rauhallisuuden kuvaillessaan toiveidensa mukaista asumista. Noin 5 % vastaajista ( $n = 5$ ) toivoi asuvansa 10 vuoden kuluttua *veden äärellä*. *Asuinalueen viihtyisyyden, pihan ja/tai luonnon merkityksen* taas mainitsi vastaajista vain noin 4 % ( $n = 4$ ). *Kulkuyhteydet ja turvallisuuden* mainitsi vain muutama vastaajista. Vastaajista noin 2 % ( $n = 2$ ) mainitsi haluavansa asua tulevaisuudessa *ulkomailla*.

Vastaajat kuvailivat tyypillisesti 10 vuoden kuluttua toivovansa asumiseltaan esimerkiksi seuraavaa:

*”Toivoisin asuvani omakotitalossa, lähellä palveluja. Mahdollista on myös, että asuisin rauhallisella paikalla olevassa rivitalossa.”*



*”toivoisin omistavani asunnon jossain missä on oma rauha mutta kuitenkin suhteellisen lähellä kaupunkia”*

*”Omakotitalossa mukavassa ja viihtyisässä paikassa, ei kuitenkaan liian kaukana keskustasta ja sen palveluista.”*

### Unelmien mukainen asuminen

Unelmien mukaista asumista selvittävässä kysymyksessä korostui selkeästi asuinalueeseen ja ympäristöön liittyvät tekijät sekä toisaalta myös asuntoon liittyvät tekijät. Kuten aiemmin totesimme, asunnon hallintamuotoa tai talotyyppiä ei tässä kysymyksessä korostettu. Tyypillisesti unelmien asumista kuvailtiin seuraavalla tavalla:

*”[toivon] Isoa pihaa, yksityisyyttä ja rauhaa.”*

Asuinalueeseen liittyvistä tekijöistä tyypillisimmin mainittiin *rauhallisuus, palvelujen läheisyys* ja *asuinalueen viihtyisyys*. Rauhallisuutta ja yksityisyyttä korosti jopa 29 % vastaajista (n = 25). 15 % vastaajista (n = 13) korosti palvelujen läheisyyttä ja/tai asuinalueen viihtyisyyttä. Seuraavaksi eniten vastaajat korostivat asuinalueeseen liittyvissä tekijöissä *luontoa* ja *harrastemahdollisuuksia*, sillä 10 % vastaajista (n = 9) mainitsi esimerkiksi lenkkeilymahdollisuuden kuvaillessaan unelmiensa mukaista asumista. Vain muutama vastaajista korosti *turvallisuutta* tai *asunnon sijaintia* kuvaillessaan unelmiensa mukaista asumista.

Asuntoon liittyvät tekijät korostuivat vastauksissa asuinalueeseen liittyviä tekijöitä enemmän. Jopa 34 % vastaajista (n = 18) korosti, että unelmien mukaisessa asumisessa tärkeää on *oma valta päättää asuntoon liittyvistä asioista*, ja että asunnon *muunneltavuus* ja *sisustaminen* oman näköisekseen on tärkeää. Tämä tukee aiempia tutkimuksia ja erilaistuvien tarpeiden merkitystä (ks. kappale 8.2 ja 8.3) asumisen tutkimuksessa ja kehittämisessä. Vastaajat kuvailivat muunneltavuuden merkitystä esimerkiksi seuraavalla tavalla:

*”Että saisin tehdä kodistani juuri omannäköiseni ja että kotini kuvastaisi persoonallisuuttani.”*

Muunneltavuuden jälkeen tärkeimmäksi asuntoon liittyväksi tekijäksi unelmien mukaisessa asumisessa vastaajat mainitsivat *asunnon koon* ja *säilytystilan* merkityksen, sillä jopa noin 16 % vastaajista ( $n = 14$ ) korosti tilan tarvetta ja asunnon kokoa. Asumisen *mukavuuden*, *helppouden* ja *vaivattomuuden* mainitsi vastaajista jopa 12 % ( $n = 10$ ). Myös *pihaa* pidettiin tärkeänä unelmien asumisen kannalta, sillä myös 12 % ( $n = 10$ ) mainitsi pihan kuvaillessaan unelmiensa asumista. Muissa asuntoon liittyvissä toiveissa oli paljon hajontaa, sillä asunnolta toivottiin esimerkiksi *valoisuutta*, *alhaisia asumiskustannuksia*, *saunaa* ja *parveketta*, *asunnon hyvää kuntoa* sekä *toimivaa pohjaratkaisua*. Tutkimuksemme antaa viitteitä siitä, että asumisen toiveet ja unelmat ovat hyvin yksilöllisiä, joten asumiseen panostamisessa tulisi ottaa huomioon eri yksilöiden tarpeet ja elämäntilanteet, kuten kappaleessa 8.2 totesimme. Enää ei riitä, että asunnot sopivat suurelle joukolle, vaan yhä enemmän etsitään kotia, joka on persoonallinen ja omannäköinen.

Tulosten kannalta yllättävää on, että jopa 9 % mainitsi *naapurit* kuvaillessaan unelmiensa mukaista asumista. Tämä on yllättävää, sillä tutkimuksemme kohderyhmän, eli nuorten, on kuvattu monissa tutkimuksissa (ks. luku 6.7) olevan hyvin vähän naapureiden kanssa tekemisissä. Vastaajat mainitsivat naapurit kuitenkin useammin kuin esimerkiksi *lemmikit* (vain 6 % vastaajista,  $n = 5$ ). Naapureiden toivottiin olevan mukavia ja suvaitsevia, eivätkä naapurit saisi valittaa. Eräs vastaajista kuvaili unelmiensa mukaista asumista näin:

”[toivon] hyviä naapureita”.

Yllättävää on myös, ettei vastauksissa korostunut juurikaan *ympäristöystävällisyyden* merkitys, sillä vastaajista vain 2 % ( $n = 2$ ) mainitsi ekologisuuden kuvaillessaan unelmiensa mukaista asumista.

## 10 YHTEENVETOA TULOKSISTA

Kyselyyn vastasi 128 vastaajaa, joista hieman yli puolet oli naisia ja loput miehiä. Tyypillisin vastaaja oli 21–25-vuotias opiskelija, joka asui joko yksin tai oli parisuhhteessa. Tyypillisimmin vastaaja asui Pohjois-Savon alueella vuokralla.

Vastaajat olivat kauttaaltaan tyytyväisiä OVV:n toimintaan ja kokivat OVV:n palveluna sekä ammattitaitoisena vuokravälittäjänä. Lisäksi OVV:tä suositeltaisiin ja käytettäisiin erittäin mielellään uudelleen. Vastaajista jopa kolme neljästä antoi OVV:lle yleisarvosanaksi arvosanan *Hyvä*. Jos OVV haluaa olla toiminnassaan asiakkaidensa mielestä kuitenkin *erinomainen*, tulee OVV:n kiinnittää huomiota tarkemmin esimerkiksi asiakas- ja asukastarpeiden huomioimiseen. Vastaajat kokivat yleisesti tärkeimpinä asiakaspalvelun osa-alueina henkilökunnan ystävällisen toiminnan, palvelun ammattitaitoisuuden sekä välittäjän nopean reagoinnin yhteydenottopyyntöihin. Myös asiakkaiden tarpeiden selvittämistä ja riittävää tiedonsaantia vuokrasuhteen eri vaiheista pidettiin tärkeinä. OVV:n tuleekin kiinnittää myös jatkossa huomiota edellä mainittuihin toimintansa osa-alueisiin. Asiakaspalvelun merkityksen kannalta huomattavaa oli, että henkilökunnan palvelutaidot ja ammattitaitoisuus koettiin välitettävien asuntojen tasoa tärkeämmiksi. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakaspalvelun merkityksen tulee korostua yrityksen toiminnassa.

Kyselyyn vastanneet olivat saaneet tyypillisimmin tietoa OVV:stä Internetin välityksellä. Erityisesti OVV:n omat Internet-sivut korostuivat tiedonsaantikanavana ja tästä syystä OVV:n tulisikin kiinnittää huomiota sivujensa ajantasaisuuteen ja siihen, että sivuilta löytyy riittävästi tietoa. Myös tuttavapiirin merkitys korostui tiedonsaannin välineenä. Koska tuttavilla on tulosten perusteella merkittävä referenssiarvo, tulee asiakaspalveluun kiinnittää erityistä huomiota, sillä onnistuneen ja hyvän asiakaspalvelun perusteella ollaan valmiita suosittelemaan yritystä eteenpäin.

Lisäksi OVV on onnistunut saamaan arvoistaan sellaisia, jotka välittyvät myös asiakkaille. Ainoastaan vihreiden arvojen mukainen toiminta ei ole OVV:llä niin näkyvää asiakkaille. Halutessaan OVV voi pyrkiä vahvistamaan vihreiden arvojen mukaista toimintaansa ja näin myös arvon välittymistä asiakkaille.

Vastaajilta tuli vain vähän kehitysideoita OVV:n toiminnalle, joka voi omalta osaltaan kertoa myös siitä, että vastaajat pitävät OVV:n toimintaa onnistuneena ja hyvänä. Kehitettävää toivottiin kuitenkin esimerkiksi hakulomakkeeseen, välityspalkkioiden suuruuteen sekä tarpeiden huomioimiseen. Tarpeiden korostumisesta voi havaita sen, että asuntomarkkinoilla täytyy toimia yhä enemmän asukkaiden ehdoilla.

Tulosten perusteella eri ikäryhmien välillä ei ole tilastollisesti merkittäviä eroavaisuuksia asumiseen liittyvässä kokonaisuudessa, mutta silti vastauksista on selkeästi huomattavissa elämäntilanteen vaikutus asumiseen. Asumiseen liittyvissä väittämissä vastaajat olivat eniten samaa mieltä kohdassa ”*Asumisratkaisuihini vaikuttaa nykyinen elämäntilanteeni*”. Lisäksi elämäntilanne näyttäisi vaikuttavan niihin asioihin, joita pidetään asunnon valinnassa merkittävinä tekijöinä. Esimerkiksi tuttavapiirin läheisyys korostui 25-vuotialla tai nuoremmilla yli 25-vuotiaiden ikäryhmää enemmän kun taas asunnon koko korostui yli 25-vuotiaiden vastauksissa nuorempien ikäryhmää enemmän.

Asumisen tulevaisuutta tutkittaessa asuminen näyttäisi olevan hieman muita elämän osa-alueita tärkeämpi. Tutkimustulosten kannalta mielenkiintoista oli se, että asumiseen ollaan kokonaisuudessaan tyytyväisiä ja suurimmalla osalla asumistoiveet olivat jo täyttyneet. Tutkimustulosten mukaan asumiseen ollaankin valmiita panostamaan, vaikka asumisessa etsitään edullista vaihtoehtoa.

Ehdottomasti merkittävimpana asunnon valintaan vaikuttavana tekijänä pidettiin asunnon vuokraa ja/tai hintaa. Tutkimustulosten kannalta mielenkiintoista oli se, että asunnon kokoa merkittävimpinä pidettiin esimerkiksi asunnon kuntoa, sijaintia ja palvelujen läheisyyttä. Lisäksi rauhallisuutta pidettiin asumisessa tärkeänä. Rauhallisuuden korostuminen kertoo siitä, että ihmiset kaipaavat elämäänsä seesteisyyttä ja rentoutumista muuten hektisestä elämästä. Tutkimustulosten perusteella sauna oli vastaajille vähiten tärkeä asunnon valintaan vaikuttava tekijä. Tämä oli yllättävää, sillä saunan asema on ollut perinteisesti suomalaisille hyvin tärkeä. Tämä nostaa esille kysymyksen, ovatko traditiot muuttumassa Suomessa? Vaihdettaisiinko sauna mieluummin esimerkiksi vaatehuoneeseen, jotta asuntoon saataisiin lisää säilytystilaa ja näin ollen asunto olisi käytännöllisempi ja tilavampi? Tämän tutkimuksen perusteella moni olisiikin varmasti valmis vaihtamaan saunan lisätilaan.

Asumiselta toivottiin tulevaisuudessa aikaisempien tutkimusten tavoin omistusasumista asunnon hallintamuotona sekä pientaloasumista. Lisäksi asuinaluetoiveena korostui taajama ja/tai haja-asutusalue. Asumisessa korostui selkeästi tarpeiden erilaisuus, sillä asumiselta toivottiin yksilöllisiä asioita. Vastaajien asumistoiveissa ei ollutkaan havaittavissa kovin paljoa samankaltaisuutta keskenään. Tutkimustulosten mukaan unelmien mukaisessa asumisessa korostui selkeimmin oma valta päättää asumiseen liittyvistä asioista. Lisäksi unelmien mukaisessa asumisessa toivottiin rauhallisuutta, palvelujen läheisyyttä sekä asunnon sopivaa kokoa ja riittävää säilytystilaa. Tutkimuksemme perusteella merkittävimmäksi asumisen trendiksi nousi yksilöllisten asumistarpeiden korostuminen. Sen sijaan esimerkiksi turvallisuus tai ekologisuus ei noussut tämän otoksen perusteella merkittäväksi trendiksi.

Tutkimustulosten perusteella OVV:llä tulisi kiinnittää entistä enemmän huomiota sekä asiakas- että asukastarpeiden huomiointiin. Myös asiakaspalveluun tulisi kiinnittää jatkossakin huomiota, sillä tutkimustulosten perustella asiakaspalvelu koetaan tärkeämmäksi kuin muut asiat. Tutkimustulosten perusteella OVV voisi myös harkita jälkimarkkinoinnin käyttöön ottoa.

## 11 POHDINTAA

Asuntomarkkinoilla toimivien yritysten on tärkeää saada tietoa asiakkaidensa tarpeista, toiveista ja unelmista, sillä niiden selvittämisen avulla voidaan saada selville asumisen tulevaisuuden suuntia. Erityisesti asumiseen liittyvien yksilöllisten tarpeiden selvittäminen on tärkeää, sillä näin yritykset voivat tarjota asiakkailleen juuri niitä asuntoja, jotka parhaiten sopivat asiakkaiden elämäntilanteisiin. Erityisen tärkeää on tiedostaa, että jokainen asukas ja/tai asiakas tekee asunnon valinnassaan yksilöllisiä valintoja, jotka tulee ottaa huomioon asuntoja välitettäessä. Hyvällä asiakaspalvelulla ja tarjoamalla asiakkailleen oikeanlaisia asuntoja yritys voi saada itselleen kilpailuetua muihin yrityksiin nähden. Tarpeisiin vastaamalla on lisäksi mahdollista päästä kohti paremmin toimivia asuntomarkkinoita ja tyytyväisempiä asiakkaita.

Asiakaspalvelu on yritysten työkalu menestymiseen. Asiakaspalvelu vaatii ihmisläheisyyttä, asiantuntijuutta sekä taitoa nähdä asiakaspalvelun laaja kokonaisuus. Asiakkuuden hallinta muodostuukin entistä tärkeämmäksi, sillä asiakkuuksien tehokkaan hallinnan avulla voidaan asiakaspalvelun haasteisiin vastata paremmin. Saamiemme tutkimustulosten perusteella OVV:n vahvuus näyttäisi olevan sen asiakaspalvelu. OVV:n tulee sitoutua palvelustrategiaan, jotta asiakkaalle voidaan tarjota palveluelämyksiä. OVV:n yritystoiminnan kannalta onkin erinomaista, että yritys itse on halukas ja valmis kehittämään toimintaansa vastaamaan entistä paremmin asiakkaidensa tarpeita ja toiveita.

Toivomme, että pystymme antamaan tällä tutkimuksellamme OVV:lle sellaista lisätietoa sen asiakkaista, jota se voi käyttää liiketoimintansa kehittämiseen ja tehostamiseen jatkossa. Toivomme myös, että erityisesti asumisen tulevaisuutta käsittelevä tutkimuksemme osuus on sellainen, jota OVV voi hyödyntää asiakkaidensa tulevaisuuden asumistarpeiden ja -preferenssien ennustamisessa ja sitä kautta liiketaloudellisessa menestymisessään. Olemmekin löytäneet tutkimuksellamme suuntaviivoja tulevaisuuden asumisen kehityksestä. Tutkimuksemme avulla on lisäksi saatu viitteitä siitä, miten tärkeää on ymmärtää asukkaiden asumispreferensseistä heijastuvia kuvia, jotka vaikuttavat vahvasti siihen, millaisena asuntomarkkinoiden tulisi näyttäytyä tulevaisuudessa.

Tutkimustulostemme perusteella ehdotamme OVV:lle sitä, että erityisesti asiakastyytyväisyyttä mitattaisiin ja tutkittaisiin säännöllisesti myös jatkossa. Näin voidaan saada jatkuvaa tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä sen muutoksista. Lisäksi asiakkailta voidaan näin saada tärkeää palautetta ja kehitysideoita, joita voidaan jatkossakin hyödyntää toiminnassa. Lisäksi ehdotamme, että OVV:llä otettaisiin käyttöön laajempi asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmä, sillä kuten totesimme asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmää koskevassa kappaleessa (5.3), monipuolinen asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmä helpottaa asiakkaiden mahdollisuuksia antaa suoraa palautetta yritykselle. Esimerkiksi asiakaskohtaamisten yhteydessä täytettävä lomake voisi olla OVV:llä yksi keino kerätä asiakkailta suoraa ja spontaania palautetta. Suoran palautteen keräämisjärjestelmän avulla asiakkaiden toiveisiin ja kehitysideoihin voitaisiin reagoida mahdollisimman pian asiakaskohtaamisten jälkeen ja näin voitaisiin kehittää toimintaa entistä paremmaksi.

Tutkimuksemme on mielestämme onnistunut, sillä saavutimme tutkimuksellemme asettamamme tavoitteet sekä asiakkuuksien että asumisen puolelta. Asiakkuuksien puolelta tavoitteet saavutettiin, sillä saimme tutkimuksemme avulla tietoa siitä, millainen on Opiskelijoiden Vuokravälityksen asiakkaiden tämän hetkinen tyytyväisyystaso, mitä asioita pidetään tärkeänä asiakaspalvelussa ja miten asiakaspalvelua ja siihen liittyviä tekijöitä voitaisiin jatkossa kehittää. Asumisen kokonaisuuden näkökulmasta saimme selville, mitä erityisesti nuoret asumiseltaan toivovat ja millaisia asioita pidetään asunnon valinnassa tärkeinä. Näiden tavoitteiden lisäksi saimme tutkimuksemme avulla tietoa asumisen tulevaisuuden trendeistä tämän otoksen näkökulmasta.

Tutkimustamme arvioitaessa ehdottaisimme, että jatkossa tutkimuskohteena olisi vain yksi kokonaisuus, eli asiakkuudet ja asuminen tutkittaisiin eri kyselyillä. Yhden kokonaisuuden tutkiminen olisi helpompaa sekä vastaajalle että tutkijalle. Näin kyselyt voisivat olla lisäksi yksityiskohtaisempia ja niiden avulla voitaisiin saada täsmällisempää tietoa yhdestä asiakokonaisuudesta.

Tutkimuksemme luotettavuuden arvioinnin kannalta on harmillista, että kyselymme vastausprosentti jäi niin alhaiseksi. Vastaajien passiivisuus yllätti, sillä asuminen aiheena on hyvin ajankohtainen. Lisäksi asuminen on yksi arjen päänäyttämöistä, joten uskoimme sen kiinnostavan vastaajia huomattavasti enemmän. Erityisesti toiveiden ja unelmien tutkimisen kannalta olisi ollut tärkeää, että vastauksia olisi tullut enemmän,

jotta esimerkiksi asumiseen liittyvistä trendeistä olisi saatu enemmän tietoa. Vastauksia oli kuitenkin sen verran, että niiden avulla voitiin antaa esimerkiksi kehitysideoita OVV:lle.

Jatkotutkimusaiheita on paljon sekä asiakaspalvelun että asumisen puolelta. Asiakaspalvelun puolelta jatkossa voitaisiin tutkia ulkoiseen toimintaympäristöön liittyviä tekijöitä, esimerkiksi OVV:n toimitilojen siisteyttä ja toimivuutta, sillä ulkoinen toimintaympäristö vaikuttaa osaltaan asiakkaan palvelukokemukseen. Tässä kyselyssä toimitiloihin liittyviä asioita ei toimeksiantajan toivomuksesta tutkittu, sillä kyselystä olisi tullut muuten liian pitkä. Asiakkuuksien puolelta voitaisiin tutkia myös henkilöstöä palveluelämyksen tuottajina. Asumisessa tutkimuskohteeksi voisi ottaa esimerkiksi vihreät arvot -teeman, jossa selvitettäisiin, mitä asiakkaat vihreiden arvojen mukaiselta toiminnalta odottavat ja toivovat. Myös asumisen trendeissä on vielä tutkittavaa, sillä trendit muuttuvat koko ajan. Mielenkiintoinen jatkotutkimusaihe olisi myös tutkimus siitä, mitä ihmiset toivovat ja haluavat asunnon muunneltavuudelta.



## LÄHTEET

- Abbasi, S.M, Belhadjali, M. & Hollman, K.W. 2009  
Managing Knowledge Workers for Sustaining. Competitive Advantage.  
7(2), 367–370. Indiana.
- Aarnikoivu, H. 2005  
Onnistu asiakaspalvelussa. WSOY. Juva.
- Aaltonen, T. & Junkkari L. 2003  
Yrityksen arvot ja etiikka. WSOY. Juva.
- Anttila, M. 2001  
Markkinointi. WSOY. Porvoo.
- Bell, C.R. & Zemke, R. 2006  
Huippupalvelun johtaminen. Rastor Oy. Helsinki.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009  
Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu laitos. Edita Prima Oy.
- Eresmaa, I. & Wilska, T-A. 2002  
Nuorten toimeentulon subjektiivinen kokeminen – arjen realismia vai tulevaisuuden kuvitelmia. Teoksessa Tommi Hoikkala (toim.), Pakko riittää. Näkökulmia nuorten maksuhäiriöihin ja kulutukseen. Yliopistopaino. Helsinki, 176-202.
- Gambrel, P.A. & Cianci, R. 2003  
Maslow's Hierarchy of Needs: Does It Apply In A Collectivist Culture.  
Journal of Applied Management and Entrepreneurship. Fort Lauderdale.  
8 (2), 143–161. Nova Southeastern University.
- Hellman K., 2003  
Asiakastavoitteet ja -strategiat. WSOY. Helsinki.

Heikkilä, T. 2005

Tilastollinen tutkimus. Edita Prima Oy. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000

Tutki ja kirjoita. 6., uudistettu laitos. Tammi. Helsinki.

Hutson, B. 2009

Team Spirit. Black Enterprise. 11 (39), 53.

Ilmonen, M., Hirvonen, J. & Manninen, R. 2005

Nuorten asuminen 2005. Suomen ympäristöministeriö. Edita Oy. Helsinki.

Juntto, A. 2007

Suomalaisten asumistoiveet ja mahdollisuudet. Tilastokeskus. Helsinki.

Juntto, A. 2008

Asumisen muutos ja tulevaisuus. Rakennetarkastelu. Erilaistuva asuminen, osaprojekti 1. Ympäristöministeriö. Edita Prima Oy. Helsinki.

Kallio, M., Korkonen, P. & Salo, S. 2003

Johdatus kvantitatiiviseen analyysiin taloustieteissä. 3. uudistettu laitos. Hakapaino Oy. Helsinki.

Kananen, J. 2008

Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän yliopistopaino. Jyväskylä.

Kotler, P. 1997

Marketing Management. Analysis, planning, implementation and control. Ninth Edition. Prentice Hall International, Inc. New Jersey, USA.

Kuure, T. 2001

Aikuistumisen pullonkaulat. Nuorten elinolot-vuosikirja. Kirjapaino Raamattutalo Oy. Pieksämäki.

Kyllönen, E. & Kurenniemi, M. 2003

Asunto ja elämänkaari. Katsaus asumisen laatua koskevaan tutkimukseen. Stakesin monistamo. Helsinki

Liikanen H., 2001

Hyvän asumisen ja elämisen elementit. Ympäristöministeriö. Edita Oyj. Helsinki.

Mattinen, H. 2006

Asiakkuus osaaminen. Kuuntele asiakastasi. Talentum. Helsinki.

Raitanen, M. 2001

Itsenäistyminen tietää köyhtymistä. Teoksessa Tapio Kuure (toim.), Nuorten elinolot-vuosikirja. Kirjapaino Raamattutalo Oy. Pieksämäki, 97–108.

Reinboth, C. 2008

Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Tammi. Helsinki.

Rissanen, T. 2005

Hyvä palvelu. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti. Vaasa.

Rope, T. & Pöllänen, J. 1994

Asiakastytyväisyysjohtaminen. 2., uudistettu laitos. Ekonomia-sarja. Weilin+Göös. Juva.

Silvennoinen, H. & Hirvonen, J. 2002

Koti kerrostalossa. Aukkaiden arjen kokemuksia asumisestaan. Ympäristöministeriö. Edita Prima Oy. Helsinki.

Storbacka, K. & Lehtinen, J. 2005

Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. 6., uudistettu laitos.  
WSOY. Juva.

Strandell, A. 2005

Asukasbarometri 2004. Asukaskysely suomalaisista asuinympäristöistä.  
Ympäristöministeriö. Sinari Oy. Vantaa.

Ylikoski, T. 1999

Unohtuiko asiakas?. 2., uudistettu laitos. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.  
Helsinki.

## INTERNET-LÄHTEET

Asumisen ABC 2010

Verkko dokumentti. Luettu 20.3.2010.  
Asumisen ABC > Asumisen sanasto.  
<http://www.asumisenabc.fi/>

Halonen, J. 2003

Kuopion asuntotilanne tyydyttävä: Kuopas satsaa laatuun. Kuopion yli-  
opistolehti 05/2003. Verkkolehti. Luettu 15.2.2010. Luettavissa sähköi-  
sessä muodossa osoitteessa:  
<http://www.uku.fi/yliopistolehti/arkisto/0303/kuopas.htm>

Helsingin kaupunki, 2010

Verkkodokumentti. Luettu 13.1.2010.  
Kaupunkisuunnitteluvirasto > Asumisen trendit.  
<http://www.hel2.fi/ksv/kerrostalo/>

Hyvä asuminen 2010 2010

Verkkodokumentti. Luettu 13.2.2010.  
Hyvä asuminen 2010 > Hyvän asumisen visio.  
<http://www.asunto2010.fi>

Kiinteistöliitto, 2005

Asumisen kehitysnäkymät 2010-2030. Verkkodokumentti. Luettu 12.2.2010. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:  
<http://www.kiinteistoliitto.fi/attachements/2005-02-03T13-23-2567.pdf>

#### Kiinteistövälitysalan keskusliitto ry 2008a

Hyvä vuokravälitystapa edistää välitystoiminnan turvallisuutta Suomessa. Lehdistötiedote. 7.11.2008. Verkkodokumentti. Luettu 12.1.2010. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:  
<http://www.kvkl.fi/lehdistotiedotteet.html.17.html>

#### Kiinteistövälitysalan keskusliitto ry 2008b

Ohje hyvästä vuokravälitystavasta. Verkkodokumentti. Luettu 3.3.2010. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:  
[http://www.hyvavalitystapa.fi/files/ohje\\_hyvasta\\_vuokravalitystavasta.pdf](http://www.hyvavalitystapa.fi/files/ohje_hyvasta_vuokravalitystavasta.pdf)

#### Kuopas 2010

Verkkodokumentti. Luettu 3.2.2010  
Kuopion Opiskelija-asunnot Oy > Tietoa asukkaalle.  
<http://www.kuopas.fi>

#### Mannermaa, M. 2010

Verkkodokumentti. Luettu 16.2.2010.  
Futures Studies Mannermaa Oy > Artikkelit ja Linkit > Metodologiasta > Sanasto  
<http://mannermaa.onet.tehonetti.fi/etusivu/>

#### Niiralan Kulma 2010

Verkkodokumentti. Luettu 3.2.2010  
Niiralan kulma > Tietoa yrityksestä > Mikä Niiralan Kulma on?  
<http://www.niiralankulma.fi/>

#### Opiskelijoiden Vuokravälitys, 2010

Verkkodokumentti. Luettu 20.1.2010.

Opiskelijoiden Vuokravälitys > OVV > Yritys

<http://www.ovv.com>

Rissanen, H. 2009

Asumisen tulevaisuus. Kiinteistöposti. [Sirkka Heinosen haastattelu.]

Verkkodokumentti. Luettu 16.2.2009. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://www.kiinteistoklubi.com/index.asp?cat=6&dismode=article&artid=2565>

Salmi, J. & Nurmi, V., 2007

Hyvä asuminen 2010. Askelmerkkejä asumisen mallimaahan. Verkkodokumentti. Luettu 18.2.2010. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://www.kiinteistoyhdistys.fi/liitto/asunto2010/loppuraportti0807.pdf>

Stark, J. 2004

Nuoret ja euro. Hyvästi markka – tervetuloa euro. Luettu 16.1.2010. Kulttajaekonomian pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos. Helsinki. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://www.mm.helsinki.fi/mmtal/abs/Selv25.pdf>

Terhemaa, A. 2007

Vuoden euribor korkeimmillaan 5 vuoteen. Taloussanomat. 2.4.2007.

Luettu 3.2.2010. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

[http://www.taloussanomat.fi/porssi/2007/04/02/vuoden-euribor-  
korkeimmillaan-5-vuoteen/20078188/170](http://www.taloussanomat.fi/porssi/2007/04/02/vuoden-euribor-korkeimmillaan-5-vuoteen/20078188/170)

Tilastokeskus 2006

Verkkodokumentti. Luettu 20.1.2010.

Tilastot > Väestö > Muuttoliike > 2006 > Maassamuuttoalttius eräissä ikäryhmissä 1972–2006.

<http://www.stat.fi/>

## Tilastokeskus 2009a

Verkkodokumentti. Luettu 20.1.2010.

Tuotteet ja palvelut > Verkkopalvelut > Suomi lukuina > Tulot ja kulu-  
tus > Kotitalouksien menot.

<http://www.stat.fi/>

## Tilastokeskus 2009b

Verkkodokumentti. Luettu 22.3.2010.

Tilastot > Asuminen > Rakennukset ja kesämökit > 2008 > Suomessa  
vähän korkeita rakennuksia.

<http://www.stat.fi/>

## Tilastokeskus 2009c

Verkkodokumentti. Luettu 22.3.2010.

Tilastot > Asuminen > Asunnot ja asuinolot > 2008 > Asuinolot Suo-  
messä vuonna 2008.

<http://www.stat.fi/>

## Tilastokeskus 2009d

Verkkodokumentti. Luettu 15.1.2010.

Tuotteet ja palvelut > Verkkopalvelut > Suomi lukuina > Asuminen.

[http://www.stat.fi](http://www.stat.fi/)

## Tilastokeskus 2009e

Verkkodokumentti. Luettu 15.2.2010.

Tilastot > Asuminen > Asunnot ja asuinolot > 2008 > Nuorten asunto-  
kunnat asuvat vuokralla.

<http://www.stat.fi/>

## Tiuri, U. 1998

Asuntoja todellisille asukkaille. Arkkitehtilehti. 3/1998. Verkkolehti.

Luettu 16.3.2010. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

[http://arkkitehtuuri.tkk.fi/AR/e\\_tausta.htm](http://arkkitehtuuri.tkk.fi/AR/e_tausta.htm)

## Valtion ympäristöhallinto, 2010

Verkkodokumentti. Luettu 22.2.2010.

Valtion ympäristöhallinto > Asuminen > Vuokra-asuminen.

<http://www.ymparisto.fi/>

#### Vuokralaisten keskusliitto 2008

Verkkodokumentti. Luettu 22.3.2010.

Hyvä vuokratapa. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://www.vuokralaistenkeskusliitto.fi/vuokratapa08.pdf>

#### Vuokra-asunnot opas, 2010

Verkkodokumentti. Luettu 20.1.2010.

Vuokra-asunnot Suomessa.

<http://www.vuokraasunnotopas.com>

#### Vuokraturva 2010

Verkkodokumentti. 21.2.2010.

Relocation > Vuokra-asuminen Suomessa.

<http://www.vuokraturva.fi/>

#### Vuokrakas 2010

Verkkodokumentti. Luettu 15.2.2010.

Vuokrakas > OVV tutuksi

<http://www.vuokrakas.com/>

#### Yrittäjät, 2010

Verkkodokumentti. Luettu 15.2.2010.

Yrittäjät > Minustako yrittäjä > Yritysmuodot ja vastuut > Franchising-yrittäjäyys

<http://www.yrittajat.fi/>



## LAIT JA ASETUKSET

### L481/1995

Laki asuinhuoneiston vuokrauksesta. 31.3.1995. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19950481>

### L132/1999

Maankäyttö ja rakennuslaki. 5.2.1999. Luettu 20.1.2010. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990132>

### L1074/2000

Laki kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä. 15.12.2000. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2000/20001074>

### L1075/2000

Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä. 15.12.2000. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2000/20001075>

### A666/2008

Valtiovarainministeriön asetus rakennusten jälleenhankinta-arvon perusteista. 22.10.2008. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2008/20080666>

## JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

Kuopion OVV:n perehdytysopas 2010

## LIITE 1 Kyselylomake

**TOIVEET JA UNELMAT ASUMISESSA*****OVV:n toiminta*****1) Mistä sait tietää OVV:stä? (voit valita useampia vaihtoehtoja)**

Tuttavan kautta  
Lehti-ilmoituksesta, mistä  
OVV:n Internet-sivuilta  
Vuokraovi.com sivuilta  
Googlestä  
Muualta Internetistä, mistä  
Koululta/Työpaikalta  
Muualta, mistä

**2) Mielestäsi OVV on:**

(Vastausvaihtoehdot: Täysin samaa mieltä, Lähes samaa mieltä, Jonkin verran eri mieltä, Täysin eri mieltä ja En osaa sanoa)

Palveleva  
Luotettava  
Ammattitaitoinen  
Nuorekas  
Tehokas  
Huolellinen  
Ihmisistä välittävä  
Vihreitä arvoja  
noudattava

**3) Onko Sinulla ideoita OVV:n toiminnan kehittämiseksi?****4) Minkä yleisarvosanan antaisit OVV:lle?**

(Vastausvaihtoehdot: Erinomainen, Hyvä, Kohtalainen, Huono ja En osaa sanoa)

**5) Käyttäisitkö OVV:tä uudestaan?**

Käyttäisin OVV:n palveluja uudelleen  
En käyttäisi OVV:n palveluja uudelleen

**6) Suosittelisitko OVV:tä tuttavillesi?**

Kyllä suosittelisin OVV:tä tuttavilleni  
En suosittelisi OVV:tä tuttavilleni

**7) Jos et käyttäisi tai suosittelisi OVV:n palveluja tuttavillesi, niin miksi et?**

*Asiakaspalvelu ja OVV:n onnistuminen siinä*

*Tässä osiossa haluamme selvittää ensin, miten tärkeänä pidät seuraavia asioita yleisesti vuokravälittäjän palvelussa, ja sen jälkeen, kuinka OVV on onnistunut palvelemaan sinua.*

**8) Minulle on tärkeää, että:**

(Vastausvaihtoehdot: Täysin samaa mieltä, Lähes samaa mieltä, Jonkin verran eri mieltä, Täysin eri mieltä ja En osaa sanoa)

Välittäjä selvittää tarpeeni ja palvelee minua niiden mukaisesti

Henkilökunta toimii ystävällisesti

Palvelu on ammattitaitoista

Välittäjä vastaa yhteydenottopyyntöihini nopeasti

Asuntoesittelyt järjestyvät toiveideni mukaisesti

Välitettävien asuntojen taso on hyvä

Asunto järjestyy nopeasti

Saan riittävät tiedot siitä, mitä tehtäviä minun on tehtävä ennen vuokrasuhteen alkamista ja sen jälkeen

jälkeen

Välittäjä tarjoaa minulle erilaisia palveluja (esim. Fortum, Tapiola)

Välittäjä huolehtii jälkimarkkinoinnista eli esimerkiksi ottaa minuun yhteyttä vuokrasopimuksen synnyttyä tai huolehtii ongelmatilanteista

**9) Seuraavaksi pyydämme sinua miettimään, kuinka OVV on onnistunut edellä mainituissa väittämässä:**

(Vastausvaihtoehdot: Täysin samaa mieltä, Lähes samaa mieltä, Jonkin verran eri mieltä, Täysin eri mieltä ja En osaa sanoa)

OVV:llä välittäjä selvitti tarpeeni ja palveli minua niiden mukaisesti

OVV:llä henkilökunta toimi ystävällisesti

OVV:llä palvelu oli ammattitaitoista

OVV:llä välittäjä vastasi yhteydenottopyyntöihini nopeasti

OVV järjesti asuntoesittelyt toiveideni mukaisesti

OVV:n välittämien asuntojen taso oli hyvä

Asunto järjestyi nopeasti OVV:n kautta

Sain OVV:ltä riittävät tiedot siitä, mitä tehtäviä minun on tehtävä ennen vuokrasuhteen alkamista ja sen jälkeen

OVV:llä minulle tarjottiin erilaisia palveluja (esim. Fortum, Tapiola)

OVV huolehti jälkimarkkinoinnista eli esimerkiksi otti minuun yhteyttä vuokrasopimuksen synnyttyä tai huolehti ongelmatilanteista

***Asumiseen kohdistuvat valinnat ja toiveiden mukainen asuminen***

**10) Millainen merkitys seuraavilla asioilla on sinulle asunnon valinnassa?**

(Vastausvaihtoehdot: Todella suuri, Melko suuri, Melko pieni, Pieni, Ei merkitse lainkaan ja En osaa sanoa)

Asunnon sijainti

Asunnon vuokra/hinta

Asunnon koko

Asunnon pohjaratkaisu

Asunnon muokattavuus omanlaisekseen, esim. mahdollisuus remontoida

Asunnon kunto  
 Asunnossa oma sauna  
 Asunnossa oma parveke  
 Asunnossa riittävästi säilytystilaa  
 Asunnossa pyykinpesukoneliitäntä  
 Asunnossa astianpesukone  
 Asuinalueen turvallisuus  
 Asuinalueen rauhallisuus  
 Asuinalueen viihtyisyys  
 Luonnonläheisyys  
 Harrastusmahdollisuuksien läheisyys ja saatavuus  
 Lemmikit sallittu  
 Tuttavapiirin läheisyys  
 Palvelujen läheisyys  
 Liikenneyhteydet  
 Taloyhtiössä monipuolinen jätteiden kierrätysmahdollisuus  
 Mahdollisuus pitkään vuokrasuhteeseen

**11) Seuraavana on joukko asumiseen liittyviä väittämiä. Valitse jokaisen väittämän kohdalta omia käsityksiäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto:**

(Vastausvaihtoehdot: Täysin samaa mieltä, Lähes samaa mieltä, Jonkin verran eri mieltä, Täysin eri mieltä ja En osaa sanoa)

Asumistoiveeni ovat täyttyneet  
 Asumishuolet painavat mieltäni  
 Pidän asuinaluettani turvallisena  
 Asumisratkaisuihini vaikuttaa nykyinen elämäntilanteeni  
 Haluan korostaa yksilöllisyyttäni asumisvalinnoillani  
 Pidän tärkeämpänä rahojen käyttämistä elämästä nauttimiseen ja matkusteluun kuin asumiseen  
 Olisin valmis ottamaan lainaa toteuttaakseni asumistoiveeni  
 Vuokra asuminen voisi olla pysyvä asumisratkaisu minulle  
 Olisin valmis sitoutumaan pitkään vuokrasuhteeseen, jos sitoutumiseni palkittaisiin esim. asuntoon kohdistuvilla pintaremonteilla  
 Kimppa-asuminen voisi olla sopiva asumismuoto minulle

**12) Missä ja miten toivoisit asuvasi 10 vuoden kuluttua?**

**13) Mitä toivot unelmiesi asumiselta?**

***Taustatiedot***

**14) Sukupuoli:**

Nainen  
 Mies

**15) Ikä:**

Alle 18 vuotta  
 18–20 vuotta  
 21–25 vuotta

26–40 vuotta  
Yli 40 vuotta

**16) Päätoimi tällä hetkellä (voit valita useamman):**

Opiskelija ammattikoulussa  
Opiskelija lukiossa  
Opiskelija ammattikorkeakoulussa  
Opiskelija yliopistossa  
Työssäkäyvä  
Työtön  
Muu, mikä

**17) Asuinseutu tällä hetkellä:**

Kuopio  
Muu Pohjois-Savo  
Muu Itä-Suomi  
Muu Suomi  
Ulkomaat

**18) Asumismuoto (voit valita useamman):**

Asun yksin  
Pariskunta  
Lapsiperhe (alle 18-vuotiaita lapsia)  
Kimppa-asunto/Soluasunto  
Asun vanhempien luona  
Muu muoto, mikä

**19) Asunnon hallintamuoto:**

Omistusasunto  
Vuokra asunto  
Asumisoikeusasunto  
Muu hallintamuoto, mikä

**20) Kuinka kauan olet asunut nykyisessä asunnossasi(noin):**

**21) Nykyisen asuntosi koko on(noin):**

**22) Onko sinulla muuttoaikeita seuraavan vuoden sisällä?**

Kyllä  
Ei  
En osaa sanoa

Hyvä OVV:n asiakas,

Asuminen on merkityksellinen osa hyvinvointiamme ja hyvän elämän perusedellytys. On tärkeää, että asunto joustaa elämäntilanteen mukaan. Nykyään ei etsitäkään vain asuntoa vaan juuri oikeanlaista asuntoa.

Siksi me OVV:llä haluammekin kehittää toimintaamme, jotta voimme tarjota oikeanlaista palvelua juuri oikeanlaiseen elämäntilanteeseen. Näin pystymme keskittymään niihin asioihin, joita sinä pidät tärkeänä asumisessa. Yhdessä voimme vaikuttaa siihen, että asuminen on toiveittesi ja unelmiesi mukaista – nyt ja tulevaisuudessa.

Mielipiteesi on meille ensiarvoisen tärkeä. Pyydämmekin Sinua ystävällisesti vastaamaan oheiseen kyselyyn. Kysely lähetetään yhteensä 400:lle OVV:n asiakkaalle. Pyydämme vastaustasi mahdollisimman pian, viimeistään 4.3.2010 mennessä. Vastaaminen tapahtuu sähköisellä kyselylomakkeella. Linkki kyselyyn löytyy alta (mikäli et pääse kyselyyn klikkaamalla linkkiä, kopioi linkki osoiteriville).

Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 50 kahden hengen lippupakettia KalPan viimeiseen runkosarjan kotiotteluun Tapparaa vastaan 18.3.2010.

Kysely toteutetaan osana Savonia-ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden opiskelijoiden opinnäytetyötä. Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia muun muassa nuorten toiveita ja unelmia asumisessa.

Kaikki vastaukset tullaan käsittelemään luottamuksellisesti ja niitä raportoidaan ainoastaan tilastollisina taulukkoina.

Lämmin kiitos osallistumisestasi!

Annamme mielellämme lisätietoja aiheesta sähköpostitse:

OVV:n toiminnasta:

Pirjo Reinikainen (pirjo.reinikainen@ovv.com)

Kyselyyn liittyvistä asioista:

Kaisa Hynninen (kaisa.hynninen@student.savonia-amk.fi)

Satu Kuohukivi (satu.kuohukivi@student.savonia-amk.fi)

Osoitelähde: OVV:n asiakasrekisteri

[esimerkki henkilökohtaisesta linkistä kyselyyn:]

[http://www.webropol.com/p.aspx?t=1&l=402684\\_652e02c23cd14a37](http://www.webropol.com/p.aspx?t=1&l=402684_652e02c23cd14a37)

1. *Asunnon valintaan vaikuttavat tekijät, Mann-Whitney U-testi*

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Asunnon sijainti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.715	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Asunnon vuokra/hinta is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.183	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Asunnon koko is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.160	Retain the null hypothesis.
4	The distribution of Asunnon pohjaratkaisu is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.327	Retain the null hypothesis.
5	The distribution of Asunnon muokattavuus omanlaisekseen, esim. mahdollisuus remontoida is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.133	Retain the null hypothesis.
6	The distribution of Asunnon kunto is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.132	Retain the null hypothesis.
7	The distribution of Asunnossa oma sauna is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.898	Retain the null hypothesis.
8	The distribution of Asunnossa oma parveke is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.562	Retain the null hypothesis.
9	The distribution of Asunnossa riittävästi säilytystilaa is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.975	Retain the null hypothesis.
10	The distribution of Asunnossa pyykinpesukoneliitäntä is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.545	Retain the null hypothesis.
11	The distribution of Asunnossa astianpesukone is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.618	Retain the null hypothesis.
12	The distribution of Asuinalueen turvallisuus is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.577	Retain the null hypothesis.
13	The distribution of Asuinalueen rauhallisuus is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.455	Retain the null hypothesis.
14	The distribution of Asuinalueen viihtyisyys is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.798	Retain the null hypothesis.
15	The distribution of Luonnonläheisyys is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.544	Retain the null hypothesis.
16	The distribution of Harrastusmahdollisuuksien läheisyys ja saatavuus is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.735	Retain the null hypothesis.
17	The distribution of Lemmikit sallittu is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.227	Retain the null hypothesis.
18	The distribution of Tuttavapiirin läheisyys is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.012	Reject the null hypothesis.
19	The distribution of Palvelujen läheisyys is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.065	Retain the null hypothesis.
20	The distribution of Liikenneyhteydet is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.322	Retain the null hypothesis.
21	The distribution of Taloyhtiössä monipuolinen jätteiden kierrätysmahdollisuus is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.685	Retain the null hypothesis.
22	The distribution of Mahdollisuus pitkään vuokrasuhteeseen is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.512	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

2. *Asumiseen liittyvät väittämät, Mann-Whitney U-testi***Hypothesis Test Summary**

	<b>Null Hypothesis</b>	<b>Test</b>	<b>Sig.</b>	<b>Decision</b>
<b>1</b>	The distribution of Asumistoiveeni ovat täyttyneet is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.370	Retain the null hypothesis.
<b>2</b>	The distribution of Asumishuolet painavat mieltäni is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.269	Retain the null hypothesis.
<b>3</b>	The distribution of Pidän asuinaluettani turvallisena is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.416	Retain the null hypothesis.
<b>4</b>	The distribution of Asumisratkaisuihini vaikuttaa nykyinen elämäntilanteeni is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.475	Retain the null hypothesis.
<b>5</b>	The distribution of Haluan korostaa yksilöllisyyttäni asumisvalinnoillani is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.389	Retain the null hypothesis.
<b>6</b>	The distribution of Pidän tärkeämpänä rahojen käyttämistä elämästä nauttimiseen ja matkusteluun kuin asumiseen is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.246	Retain the null hypothesis.
<b>7</b>	The distribution of Olisin valmis ottamaan lainaa toteuttaakseni asumistoiveeni is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.870	Retain the null hypothesis.
<b>8</b>	The distribution of Vuokra-asuminen voisi olla pysyvä asumisratkaisu minulle is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.057	Retain the null hypothesis.
<b>9</b>	The distribution of Olisin valmis sitoutumaan pitkään vuokrasuhteeseen, jos sitoutumiseni palkittaisiin esim. asuntoon kohdistuvilla pintaremonteilla is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.233	Retain the null hypothesis.
<b>10</b>	The distribution of Mielestäni asuntoja on tarpeeksi tarjolla is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.148	Retain the null hypothesis.
<b>11</b>	The distribution of Kimppa-asuminen voisi olla sopiva asumismuoto minulle is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.005	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.



### 3. Asiakaspalvelu ja OVV:n onnistuminen siinä, Mann-Whitney U-testi

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Välttämättä selvitää tarpeeni ja palvelee minua niiden mukaisesti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.189	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Henkilökunta toimii ystävällisesti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.154	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Palvelu on ammattitaitoista is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.102	Retain the null hypothesis.
4	The distribution of Välttämättä vastaa yhteydenotto pyyntöihini nopeasti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.193	Retain the null hypothesis.
5	The distribution of Asuntoesittelyt järjestävät toiveideni mukaisesti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.464	Retain the null hypothesis.
6	The distribution of Välttämättä asuinten taso on hyvä is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.297	Retain the null hypothesis.
7	The distribution of Asunto järjestyy nopeasti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.586	Retain the null hypothesis.
8	The distribution of Saan riittävät tiedot siitä, mitä tehtäviä minun on tehtävä ennen vuokrasuhteen alkamista ja sen jälkeen is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.305	Retain the null hypothesis.
9	The distribution of Välttämättä tarjoaa minulle erilaisia palveluja (esim. Fortum, Tapiola) is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.941	Retain the null hypothesis.
10	The distribution of Välttämättä huolehtii jälkimarkkinoinnista eli esimerkiksi ottaa minuun yhteyttä vuokrasopimuksen synnyttyä tai huolehtii ongelmatilanteista is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.174	Retain the null hypothesis.
11	The distribution of OVV:llä välttämättä selvitää tarpeeni ja palveli minua niiden mukaisesti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.040	Reject the null hypothesis.
12	The distribution of OVV:llä henkilökunta toimi ystävällisesti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.302	Retain the null hypothesis.
13	The distribution of OVV:llä palvelu oli ammattitaitoista is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.548	Retain the null hypothesis.
14	The distribution of OVV:llä välttämättä vastasi yhteydenotto pyyntöihini nopeasti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.230	Retain the null hypothesis.
15	The distribution of OVV järjesti asuntoesittelyt toiveideni mukaisesti is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.873	Retain the null hypothesis.
16	The distribution of OVV:n välittämien asuntojen taso oli hyvä is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.954	Retain the null hypothesis.
17	The distribution of Asunto järjestyi nopeasti OVV:n kautta is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.327	Retain the null hypothesis.
18	The distribution of Sain OVV:ltä riittävät tiedot siitä, mitä tehtäviä minun on tehtävä ennen vuokrasuhteen alkamista ja sen jälkeen is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.599	Retain the null hypothesis.
19	The distribution of OVV:llä minulle tarjottiin erilaisia palveluja (esim. Fortum, Tapiola) is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.510	Retain the null hypothesis.
20	The distribution of OVV huolehti jälkimarkkinoinnista eli esimerkiksi otti minuun yhteyttä vuokrasopimuksen synnyttyä tai huolehti ongelmatilanteista is the same across categories of Ikä.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.981	Retain the null hypothesis.

## LIITE 4 Avoimet vastaukset kokonaisuudessaan

## 3. Onko Sinulla ideoita OVV:n toiminnan kehittämiseksi?

- 1 Ei ole.
- 2 Toimeksiantolomakkeessa olisi hieman kehittämistä, jos hakee asuntoa esim. alaikäiselle lapselleen, olisi hyvä pystyä mainitsemaan hänen tietonsa erikseen. Nyt lomakkeessa näkyvät tiedot sekä hakijasta (=täysi-ikäinen) ja "varsinaisesta" hakijasta sikin sokin...
- 3 eipä ole.
- 4 Toimiva jo nyt
- 5 Näytössä kävijöiden suostutteleva vuokranantajille, ellei tällaista käytäntöä jo ole
- 6 Voisi enemmän ottaa haastatteluita kun haetaan asuntoa, eikä pelkästään hakupapereiden kautta valittaisi asukasta. Vuokraomistajan kanssa mm. enemmän keskustelua. Ja joskus tuntuu, että välittäjät ovat luvanneet asunnon jo jollekin ja "näyttö sekä hakutilaisuus" on turhia. Nyt siis ei aina tiedä miksi joku on saanut asunnon ja miksi itse ei.
- 7 Kannattaa markkinoida KuPSin otteluissa ;)
- 8 ei
- 9 Minulle tuli ikävänä yllätyksenä talon rauhattomuus, joten ehdottaisin että OVV laatisi kysely kaavakkeen jonka edellinen asukas voisi täyttää ennen lähtöään... Siinä voisi kysellä esim. Talon rauhallisuudesta, Huomioita kämpästä (Jotain joka tulisi uuden asukkaan huomioida asuessaan asunnossa.) Ja muuta yleistä... Koska Edellinen asukas osaa kertoa oma-kohtaisia kokemuksia Joita ei välttämättä osaa uusi asukas kysyä.
- 10 Eipä ole.
- 11 Voisi panostaa lisää yrityksen mainontaan.
- 12 kuvalinkit eivät näy sähköpostissa!
- 13 Olisi kiva kun näyttöjä olisi pääasiassa vasta klo 14 jälkeen, jolloin niitä olisi mahdollista päästä katsomaan.
- 15 Sähköisiä palveluita voisi parantaa. Tarkoitan sitä, että olisi kiva, jos asioita voisi hoitaa sähköpostillakin...
- 16 Opiskelijoille välityspalkkiot voisivat olla vielä hieman alhaisemmat
- 17 Vaikea keksiä parannettavaa, ystävällisyys ja välittäminen huokuu kaikessa!
- 18 Mielestäni meidän kohdalla ovv toimi loistavasti. Saimme nopeasti tiedon olemmeko saaneet asunnon, millon kirjoitamme vuokrasopimuksen. Ovv:n työntekijä piti myös hyvin meidän puolia kun neuvotteli vuokranantajan kanssa vuokrasopimuksen alkamispäivästä. Mielestäni kehitettävää ei asiakkaan näkökulmasta ole.
- 19 Nimi opiskelijoiden vuokran välitys viittaa jo siihen, ettei kuluja tulisi paljon, joten välityspalkkion pitäisi maksaa aina vuokran antaja eikä itse opiskelija.

- 20 pitääkää yhteyttä säännöllisesti asiakkaisiin ja kyselkää miten on mennyt  
yms.
- 21 nuorekkaampia asuntoja vuokrattavaksi...
- 22 mielestäni kaikki on jo kunnossa
- 23 Sähkön ja vakuutuksen lisäksi voisi olla hyvä idea tarjota asiakkaille  
myös nettiliittymää "sopimusetuhintaan". Operaattorit ovat varmasti  
kiinnostuneita OVV:n laajan asiakaspohjan hyödyntämisestä.
- 24 ee oo
- 25 Olisi mukavaa, jos asuntoja lähettää suunnitelman, ohjelman
- 26 ei ole
- 27 Vuokrahinnat tuppaaavat olemaan turhan kovia, mutta se tuskin johtuu  
välittäjästä. Palkkiotkin ovat kyllä kovalla tasolla, noin niin kuin jos tar-  
koitus on todella välittää asuntoja \_opiskelijoille\_.
- 28 Halvemmat kämpät
- 29 Tarjota semmoisia asuntoja joita on maholista saada ennakko tietojen  
perusteella...
- 30 Eipä taida olla
- 31 Sääntö vuokranantajille jotka vuokraa asunnon.Eli sääntö ois,Jos on  
vuokraamassa asuntoa, vuokranantaja ois velvoitettu antamaan asunto.Ja  
tämä siks että minä aika monesti kävin asuntoa kahtomassa ja jälkeen-  
päin sain kuulla OVV.ltä että vuokranantaja haluaa remontoida kämpän  
jne.Joka minun mielestä on väärin niitä kohtaan jotka etsivät asuntoa.
- 32 Asuntotarjouksien lähettäminen tulisi muuttaa sellaiseksi, että se ei lä-  
hettäisi asuntotarjouksia jotka ei täsmää asunnonhakijan toiveisiin (esim.  
lemmikinomistajille tulee semmoisia asuntotarjouksia joihin ei lemmik-  
kejä saa ottaa)
- 33 Välityspalkkiot ja muut kulut aika suuria esim. opiskelijoille
- 34 kohtuuton välityspalkkio vuokralaisen maksettavan täysin järjetön..
- 35 Asunnot joita on tullut sähköpostiin toimeksiannon kautta voisivat olla  
toiveiden mukaisempia. Esim. hakualue jos on keskusta, tulisi ainoas-  
taan keskustan asuntoja, ei myös Petosen, Puijonlaakson jne. Turhia  
asuntoja tulee tukkimaan sähköpostia aivan liikaa
- 36 ei

7. Jos et käyttäisi tai suosittelisi OVV:n palveluja tuttavillesi, niin miksi et?

- 1 Välitysplkkiot vuokraajalle kohtuuttomat mielestäni.
- 2 Itsenäisellä etsimisellä saa aikaan hyviä tuloksia, mutta ei ole helpompaa.
- 3 Itseäni on jäänyt kaivamaan. Kun hain tulliportinkadulta saunallista yksiotä, niin näytössä ei ollut muita kuin minä ja tyttö joka ei edes siinä tilaisuudessa hakenut asuntoa koska ei tykännyt siitä. Tieto asunnosta veyi pitkälle ja sain kuulla, että asunto meni silti tytölle, vaikka itse olin erittäin kiinnostunut asunnosta ja se olisi sopinut erittäin hyvin. Jäi kuva, ettei minua palveltu reilusti. Ja tästä olen monelle jo maininnut. Näytössä kuitenkin sanottiin että mahdollisuudet ovat hyvät, kun olen ainoa näytössä hakenut ja silti asuntoa en saanut.
- 4 Liian hidasta palvelua
- 5 Koska asunnot ovat opiskelijoille liian kalliita, varsinkin kun pitää maksaa välityspalkkiota.
- 6 Kyllä, asuntoja löytyy Ei, vuokranvälityspalkkio kohtuuton opiskelijalle
- 7 Turhan kalliit välityspalkkiot asunnon etsijälle.
- 8 Valitettavasti joudun sanomaan että siks että OVV ei kyenny järjestämään minulle asuntoa joten en voi sitä suositella sillon eteenpäinkään.
- 9 Koska välityspalkkiot kohtuuttomia niin sen takia en ite käytä.. mut kylä mie sanon et teillä on asuntoja mut niissä on se välityspalkkio..
- 10 keskinkertainen palvelu, suuret välityspalkkiot ja vuokrien korkea hintataso
- 11 Opiskelut loppuu ja paikkakunta vaihtuu. Suosittelisin kuitenkin opiskelijoille, jotka tarvitsevat nopeasti asuntoa.

12. Missä ja miten toivoisit asuvasi 10 vuoden kuluttua?
- 1 Omakotitalossa Turussa aviomiehen, lasten ja koirien kanssa.  
2 ok-talossa  
3 omassa asunnossa, paritalo, rivitalo, tai omakotitalo  
4 omakotitalossa haja-asutusalueella  
5 Suuressa omistusasunnossa Kuopion keskustan läheisyydessä.  
6 jossain kolmiossa rauhallisella ja viihtyisällä asuinalueella, jossa lemmikit ovat sallittuja ja asunnon kunto on hyvä. eikä vuokra olisi kohtuuton.  
7 Järven rannalla OK talossa  
8 Omakotitalossa kotikunnassani  
9 Kuopiossa, omakotitalo veden ääreltä. Paikalla ei niinkään väliä.  
10 Isossa näyttävästi remontoitussa kerros- tai rivitalossa, jossa on mahdollisuus kuunnella hieman kovemmalla musiikkia. Kuopio-Jyväskylä  
11 Omakotitalossa jossain  
12 Toivon asuvani suht isossa kaupungissa tyttöystäväni kanssa ja että on vakituinen työ alla.  
13 Ulkomailla esim Teneriffalla, vuokralla/omassa n 80m2 asunnossa lomakeskuksen/apartment kerrostalon ylimmässä.  
14 taajama-alueella rivitalossa, jossa oma iso piha  
15 Toivoisin asuvani 10 vuoden kuluttua Lapissa hyväkuntoisessa 2 lähellä palveluja, työpaikkaani ja että omistaisin asunnossani parvekkeen ja saunan. Asunnossa tulisi olla täysi kokoinen keittiö, mielellään vasta remontoitu.  
16 Uudessa/uudehkossa rivi- tai omakotitalossa lähellä palveluita, mutta ei kuitenkaan keskustassa.  
17 omassa omakotitalossa lasteni ja puolison kanssa.  
18 Melkeinpä ihan sama onko se omakotitalo, kerrostalo jne, kunhan siinä viihtyy, se on hyväkuntoinen, siinä on parveke ja sauna :D Ja toivon, että se olisi tilava..  
19 Toivoisin asuvani omistusasunnossani, kerros- tai rivitalossa, mieluiten keskustan läheisyydessä, esim. parin kilometrin päässä.  
20 Omakotitalo maalla.  
21 Isossa kaupungissa omassa vuokra-asunnossa tai omassa asunnossa.  
22 Omassa talossa.  
23 Kuopiossa tai muussa isossa kaupungissa, omassa asunnossa.  
24 haluaisin asua omakotitalossa maalla, kohtuullisen matkan päässä kaupungista.  
25 Toivoisin, että minulla olisi jo oma koti, eikä tarvitsisi enää maksaa kellekään vuokraa. Lisäksi haaveena on, että kodista olisi hyvät kulkuyhteydet kaikkialle ja palvelut olisivat suht koht lähellä. Toisaalta en haluaisi asua ihan ydinkeskustassa.  
26 Haluaisin asua kotitilallani maaseudulla.

- 27 Omakoti- tai paritalossa, kuitenkin lähellä palveluja, mutta turvallisella  
asuinalueella
- 28 Omakotitalossa
- 29 Rivitalon pätkä Puijon juuressa
- 30 Kyllä minusta olisi hienoa asua omakotitalossa, joka olisi oma. Toisaalta  
minulla ei kauhean suurta halua ole ottaa suurta lainaa ja ostaa omaa  
asuntoa/taloa, ainakaan tällä hetkellä. Voisin hyvin kuvitella asuvani vie-  
lä tässä samassa asunnossa, pidän nykyisestä asunnostani kovasti.
- 31 Omakotitalossa, lähellä keskustaa mutta kuitenkin rauhallisella alueella.
- 32 Keskustan läheisyydessä kolmiossa. Joko kerros tai rivitalossa, keskiko-  
koisessa kaupungissa.
- 33 Omakotitalossa jossain päin etelä-suomea.
- 34 Omakoti talossa oman kullan kanssa.
- 35 Omassa omakotitalossa maaseudulla.
- 36 Omassa rivitaloasunnossa tai omakotitalossa
- 37 omakotitalossa,jossain kuopion tai jyväskylän lähellä. tai rivitalossa,että  
olis oma piha. ei ihan keskustassa. toivottavasti perheen kanssa:)
- 38 kuopiossa hienossa asunnossa
- 39 Toivoisin asuvani omakotitalossa, lähellä palveluja. Mahdollista on  
myös, että asuisin rauhallisella paikalla olevassa rivitalossa.
- 40 omakotitalossa
- 41 Omistusasunnossa
- 42 rauhallisella alueella omakotitalossa, mieluiten ranta tontti
- 43 Omakotitalossa, jossa iso piha. Lähellä kaupungin keskustaa, muttei liian  
lähellä.
- 44 Omakotitalo, jonkin pikkukaupungin rauhallisella alueella. Esim Kuopi-  
on Puijo
- 45 Omistusasunnossa, joka olisi joko omakotitalo tai rivitaloasunto.
- 46 Ehkä Hämeessä vuokralla tai omistusasunnossa.
- 47 Omassa omakotitalossa
- 48 Unelmana on asunto kivasta kerrostalosta. Miellellään oma, koska vuok-  
rattuihin ei saa tehdä yleensä remontteja.
- 49 Omassa noin 50 neliön asunnossa, ei meluavia naapaureita, lähellä luon-  
toa ja toisaalta keskustaa
- 50 Omakotitalo esikaupunkialueella
- 51 Mahd. tulevan perheen kokoon nähden sopivassa asunnossa, joka on  
lähellä palveluita ja on tasokas koti.
- 52 Omassa talossa.
- 53 omassa omakotitalossa
- 54 Omistusasunto.
- 55 omassa talossa
- 56 samalla paikalla edelleen
- 57 keskustassa.kerrostalossa
- 58 Kuopiossa omakotitalossa
- 59 toivoisin omistavani asunnon jossain missä on oma rauha mutta kuiten-  
kin suhteellisen lähellä kaupunkia

- 60 Omassa asunnossa jossain päin kuopiota tai siilinjärveä  
 61 Rivitalossa luonnonkauniissa ympäristössä, mutta lähellä palveluita.  
 Omistusasunnossa.  
 62 Ehkä omakotitalossa?  
 63 Omakotitalossa, vähän matkan päästä kaupungista  
 64 Rönössä omakotitalossa ja volvo pihassa.  
 65 Omassa talossa  
 66 Eos  
 67 Kuopion lähistöllä asunnossa jota olen ostamassa itselleni.  
 68 Omakotitalossa lähellä kaupunkia  
 69 Oma talo  
 70 OMASSA KODISSA  
 71 Omassa kodissa  
 72 Omakotitalossa maalla, muttei kaukana kaupunkia. Eli "piilomaalla".  
 73 kuopiossa vuokra tai omassa  
 74 Omakotitalossa  
 75 Ikiomassa omakotitalossa mieheni kanssa.  
 76 Jossainpäin Kuopio:ta omakotitalossa missä on upea piha, ja esimerkiksi  
 puutarha. Takapihalla metsää.  
 77 Kuopiossa  
 78 Omakotitalossa  
 79 Omakotitalossa Suomessa mukavalla ja rauhallisella paikalla. En kes-  
 kustassa. Tai sitten jossain ulkomailla turvallisella ja viihtyisällä seudul-  
 la ja mieluiten omakotitalossa.  
 80 Omakotitalo tai rivitalo, omistusasunto.  
 81 Toivoisin asuvani 10 vuoden päästä perheeni kanssa sopivankokoisessa  
 omakoti/rivitalo/kerrostalo asunnossa. Olisi myös ehkä mukavaa raken-  
 taa itse talo.  
 82 Kymmenen vuoden kuluttua olisin 30 ja luultavasti, ellen olisi jo hank-  
 kinut ihan omaa asuntoa sellainen olisi harkinnassa, toisaalta vuokra-  
 asuminenkin on täysin mahdollista, riippuu työtilanteesta aika paljon.  
 83 Tilavassa ja edullisessa asunnossa  
 84 Omakotitalossa järven rannalla  
 85 Toiveena olisi oma-asunto  
 86 omassa kerrostalossa, ei hukkaneliöitä  
 87 kuopion keskustassa, sopivan kokoisessa asunnossa  
 88 Kuopiossa, hyvällä alueella, omistusasunnossa  
 89 Vuokra/Omistusasunnossa, mielellään lähellä keskustaa mutta kuitenkin  
 viihtyisällä ja turvallisella paikalla  
 90 Kuopiossa, Jyväskylässä tai Tampereella. Rivitalon päädys-  
 sä/omakotitalossa rauhallisella alueella, puistikon ja järven äärellä tai ai-  
 nakin läheisyydessä. Keskustaan max. 10 km, ruokakauppa max. 1km  
 päässä.  
 91 En osaa sanoa.  
 92 Palvelujen lähellä ,saunallisessa kaksiossa vuokralla

- 93 Kymmenen vuoden kuluttua omistusasunnossa miel. modernissa ja tyylikkäässä sekä avarassa omakotitalossa.
- 94 kotona
- 95 Maalla ok. talossa.
- 96 En osaa vielä tässä vaiheessa sanoa muuta kuin että olisi mukavaa, jos asunnossa olisi tarpeeksi tilaa, se olisi hyväkuntoinen ja mahdollisesti Kuopiossa, mikäli tulevaisuuden työpaikka löytyy täältä.
- 97 kerrostalossa kaupungin keskustassa
- 98 Omistus asunnossa kuopion keskustan alueella.
- 99 omassa omakotitalossa
- 100 mieleisessä asunnossa perheen kanssa. sijainnilla ja koolla/talotyypillä ei ole niin väliä.
- 101 ok-talo
- 102 Omakotitalossa mukavassa ja viihtyisässä paikassa, ei kuitenkaan liian kaukana keskustasta ja sen palveluista.



## 13. Mitä toivot unelmiesi asumiselta?

- 1 Talon on unelmieni talo, suuri ja mukava omakotitalo. Ja asuinalue on kiva, palvelut, koulut ym. olisi lähellä. Olisi myös luontoa lähellä eli harrastusmahdollisuudet.
- 2 oma tupa ja perunamaa.. :)
- 3 hyvää ympäristöä, perheen
- 4 hyvää asumismukavuutta, alhaisia asumiskustannuksia, rauhallisuutta, luonnonläheisyyttä, palveluiden kohtuullista läheisyyttä
- 5 Että kodissani olisi kaikki mahdolliset kodinkoneet esim. astianpesukone ja että olisi oma sauna. Asunto olisi iso kolmio.
- 6 sama kuin edellinen. (jossain kolmiossa rauhallisella ja viihtyisällä asuinalueella,jossa lemmikit ovat sallittuja ja asunnon kunto on hyvä. eikä vuokra olisi kohtuuton.)
- 7 Vrt. kohta 12... (Järven rannalla OK talossa)
- 8 Se olisi mielekästä ja olisin täysin tyytyväinen asuntooni.
- 9 Kunnan HiFi:t ja kaikkee mahdollista videotykkiä ja peliä&pensseliä
- 10 Modernia, jossa itsellä täysi päätäntä valta asumisen suhteen
- 11 Että työpaikka on lähellä ja asunto lähellä keskustaa. Myös suht tilavaa asuntoa ja omaa saunaa tietenkin.
- 12 Helppo, vaivaton ja palvelut lähellä, työpaikalle lyhyempi matka kuin nykyään (75km)
- 13 että olisi oma piha, koska minulla on koira ja haluaisin ottaa koiria lisää
- 14 Palvelut, ystävät ja työpaikka kulkumatkan päässä. Minulle riittäisi myös että asunto sijaitisi kävely matkan päässä julkisen liikenteen asemilta. Asunto olisi muuteltavissa aina tarpeen mukaan ja siellä olisi myös säilytys tilaa, sekä autopaikka.
- 15 Rauhallista ja huoletonta asumista.
- 16 Riittävästi tilaa ja mielekkään ympäristön.
- 17 Rauhallista asumista, mutta kuitenkin sillä tavalla, ettei tarvise miettiä kuuluuko tavallinen puhe naapureille. Olisi hyvä olla laadukas äänieristys.
- 18 Viihtyisyyttä, rauhallisuutta, helppoutta, ekologisuutta.
- 19 Rauhaa.
- 20 viihtyisä ympäristö, luonnon läheisyys, paljon tilaa, mukavat naapurit, hyvätasoinen kämpä.
- 21 Hyvä sijainti, rauhallinen alue, asunto hyvässä kunnossa yms yms..
- 22 Riittävästi valoa ja tilaa kohtuuhinnalla.
- 23 Että asunto on siisti ja omannäköiseni. Siellä saisi tehdä pieniä muutoksia ja lemmikkienpito olisi mahdollista.
- 24 Haluan omaa rauhaa ja oman pihan. Haluaisin muutaman hevosen kotipihalle.
- 25 Säilytystilaa, omaa pihaa, saunaa ja omannäköistä asuntoa
- 26 Tarpeeksi tilaa ja huoneita työlle, harrastuksille ja muulle. Sauna pitää olla.
- 27 Sujuvuutta ja toimivuutta

- 28 Mielestäni asuinalueen täytyisi olla turvallinen, että voisi liikkua vaa-  
paasti eikä tarvitsisi pelätä. Mielestäni asuinalue saa olla eloisa ja kasva-  
va, itsekin pysyy virkeänä, jos ympärillä on tapahtumaa.
- 29 Asunto ei saisi rajoittaa elämääni.
- 30 Tilaa, valoa ja palvelujen läheisyyttä, naapureita.
- 31 talo on hyvässä kunnossa eikä siitä tarvitsisi maksaa tämän enempää  
kuin nyt maksan. En myöskään pidä valittavista naapureista.
- 32 Ei kaupungissa mutta ei liian kaukana palveluista. Jonkin verran omaa  
maata ja kiva omakotitalo.
- 33 Viihtyisää ympäristöä, omaa rauhaa mutta palvelut kuitenkin lähellä.
- 34 että pärjään siellä ja osaan elämänperustaidot, viihdyn siellä ja minulla on  
siisti ja tunnelmallinen koti. jossa on mukava rauhoittua ja oleskella.  
Oma piha yms.
- 35 että se olisi kaikin tavoin täydellinen
- 36 Unelmien asumiseeni kuuluu rauha, mukavat naapurit sekä mukava  
asuinympäristö.
- 37 rauhallinen ja viihtyisä alue.
- 38 rauhaa ja luonnonläheisyyttä
- 39 Mukavuutta, viihtyvyyttä, käytännöllisyyttä
- 40 Omakotitalo, mukava pieni piha ja ennen kaikkea oman rakkaan ja myö-  
hemmin lasten kanssa asuminen.
- 41 Hyvä ja moderni koti, viihtyisä ja turvallinen ympäristö, palvelut hyvät  
ja kävelymatkan päässä.
- 42 Vapautta ja ekologisuutta.
- 43 Loistavaa sijaintia ja itselleni muutenkin sopivaa kotia
- 44 Toivon, tottakai, ettei lainaa tarvitsisi. Se toteutuisi vuokra-asunnolla, jos  
vuokrasopimuksessa olisi varmuus pitkästä vuokrasuhteesta ja asuntoa  
saisi remontoida itselleen mieleiseksi.
- 45 Asunto on omanalainen, viihtyy
- 46 omaa makuuhuonetta (nyt yksiö), tilavaa parveketta, johon paistaa päi-  
vällä aurinko, hyvät palvelut ja toisaalta hyvät ulkoilumahdollisuudet lä-  
hellä (Väinölänniemi, Haapaniemi, Jyväskylän Lutakko)
- 47 Kaikki kohdan 10 valinnoissa esille tulee asiat kun ovat kohdallaan, niin  
siinähan se.
- 48 viihtyisää asuinalueita, turvallisuutta, palvelujen läheisyyttä, hyviä lii-  
kenneyhteyksiä, luonnonläheisyyttä
- 49 Omakotitalo rauhallisella paikalla lähellä palveluita.
- 50 emt
- 51 turvallisuutta
- 52 viihtyisyyttä
- 53 en osaa sanoa tässä vaiheessa
- 54 Rauhaa ja vapautta tehdä kodista oman näköinen
- 55 sauna ja poreallas
- 56 Luonnon rauhaa, sekä kodin omaksi tuntemista
- 57 Ei kerrostaloa. Suvaitsevat naapurit.
- 58 Rauhallisuutta ja tilaa toteuttaa eri harrasteita.

- 59 rauha tila  
 60 KODIKKAAN ASUNNON  
 61 Isoa lainaa  
 62 Käytännöllinen pohjaratkaisu ja hevosten pito mahdollisuus. Kaupalle ei  
 älyttömän pitkä matka.  
 63 omakoti talo  
 64 iso keittiö, tilavat makuuhuoneet. Maalla  
 65 Rauhaa  
 66 Ei niin väliä  
 67 Edullista mutta miellyttävää asuntoa  
 68 Asuisin omakotitalossa, jonka rakentamiseen olisin itse osallisena. Halu-  
 aisin olla itse suunnittelemassa talon pohjaratkaisua ja sisustusta. Talo  
 sijaitsisi ihanalla ja rauhallisella seudulla ehkä jollain järven rannalla.  
 Piha olisi suuri. Talo olisi kaksikerroksinen ja siellä olisi kaikkia hienoja  
 yksityiskohtia.  
 69 Isoa pihaa, yksityisyyttä ja rauhaa.  
 70 Rauhallista talonyhtiötä, mahdollisuutta sisustaa niinkuin itse halu-  
 aa, laadukasta asuntoa yms.  
 71 Että asunto olisi minun näköiseni ja oman mielen mukaan laitettu ja si-  
 sustettu, lapsuuteni olen asunut maalla mutta tällä hetkellä rivi- tai ker-  
 rostalo tuntuu omimmalta, ja sijainti jossakin suuremmassa kaupungissa  
 keskustan tuntumassa.  
 72 Tilava, avara, valoisa, hyväkuntoinen asunto, mieleinen sisustus, rauhal-  
 linen ympäristö ja mahdolliset naapurit. Kohtuu vuokra.  
 73 hyvää pohjaratkaisua, riittäviä neliöitä  
 74 hyviä naapureita  
 75 koti on viihtyisä ja hyvällä alueella  
 76 Viihtyvyyttä, valoisuutta ja omaa näköä  
 77 Helppoutta ja mukavuutta. Koti tuntuisi juuri omalta ja parhaalta paikal-  
 ta maailmassa.  
 78 Viihtyvyyttä.  
 79 Siisti saunallinen kaksio , lasitettu parveke , edullinen vuokra , täysin  
 remontoitu, palvelut lähellä  
 80 Käytännöllisyyttä, lenkkeily mahdollisuuksia, lähellä kaupunkia, mutta  
 ei keskustassa. Oma aluetta.  
 81 rauhaa ja käytännöllisyyttä  
 82 Riittävästi tilaa ja että asunnon visuaalinen ilme miellyttää silmää. Halu-  
 an myös omaa rauhaa.  
 83 Järven rannalla mukavuuksin varustettu asunto  
 84 perhe lähellä, samoin palvelut  
 85 Iso piha lähellä kaupunkia hyväkuntoinen talo  
 86 Että saisin tehdä kodistani juuri omannäköiseni ja että kotini kuvastaisi  
 persoonallisuuttani.